

Dansk e-handelsanalyse

Forbrugerstatistik, årsrapport 2012



Gennemført af Epinion for FDIH

Dansk e-handelsanalyser partnere:



Indhold

Dansk e-handelsanalyse	3
Tendenser	4
Udvikling i danskernes e-handel	5-15
Handelsfrekvens og forbrug	6
Fysisk e og ikke-fysiske varer	7
Fordelene ved e-handel	8-9
Loyalitet og tilfredshed	10-11
Vejen til internetbutikker, som kunderne ikke kender	12-13
Årsag til genkøb	14
Når købet ikke bliver til noget	15
Varegrupper og netbutikker	16-28
Mest købte varegrupper på nettet	17-22
Varegrupper og omsætning	23
Varegruppernes prisspektre	24-25
De 5 mest sælgende varegrupper fordelt på kundegrupper	26
Hvem køber hvor?	27
Top 20 netbutikker	28
Betaling og levering	29-33
E-handel i udlandet	34-37
Årstema: Mobil e-handel	38-45
QR-koder	46-50
Den anvendte metode	51
Yderligere information	52

Dybere indsigt i danskernes e-handel

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. 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: Danskerne e-handler som aldrig før

Ny omsætningsrekord med næsten 55 mia. kr.

Danskernes forbrug på nettet satte ny rekord med køb for 54,7 mia. kr. i 2012. Det er en stigning på 19 % i forhold til året før, men den indenlandske nethandel steg kun med 14 pct.

Det betyder derfor, at danskernes indkøb på nettet i udenlandske netbutikker er steget fra 9 mia.kr. til 12,5 mia. kr., altså en stigning på knapt 40 % .

Læs mere på siderne 5-15

Meget tilfredse danske netkunder

Danskerne er både tilfredse med og loyale over for netbutikker.

4 ud af 5 siger de er tilfredse eller meget tilfredse, og de vil anbefale butikken til venner og familie.

2 ud af 3 senest har senest handlet i en netbutik, hvor de har handlet før

Læs mere på siderne 9 og 11

Sociale medier og tilbudssites vinder frem

Sociale medier og tilbudssites har fået større betydning for kundens valg af butik og varer. Selv om brugen af søgemaskiner falder, er de dog fortsat den hyppigste måde at finde frem til en ny netbutik.

Læs mere på siderne 12-13

Årets tema: Mobil e-handel

Smartphone-ejere handler hyppigere, men ikke via mobilen

Den mobile e-handel vokser, men det er fortsat via pc og tablets, at den største omsætning sker.

Ejere af smartphones og tablets handler hyppigere på nettet end andre, men det sker ikke på farten, snarere hjemme fra sofaen

Læs mere på siderne 38-45



Udvikling i danskernes e-handel



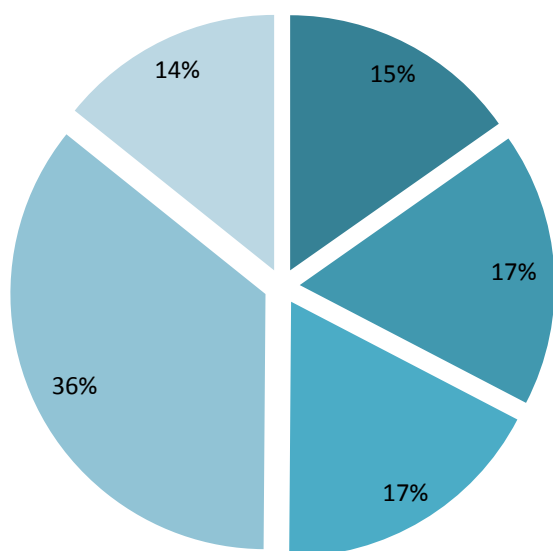
2012 satte rekord i omsætning med 55 mia. kr.

Den samlede omsætning på e-handel er af FDIH estimeret til at være 54,7 mia. kr. i 2012 med 89,7 mio. handler/transaktioner.

Personer mellem 50 og 64 år står for lidt over en tredjedel af alle handler på nettet, ligesom de også er den gruppe, der bruger flest penge.

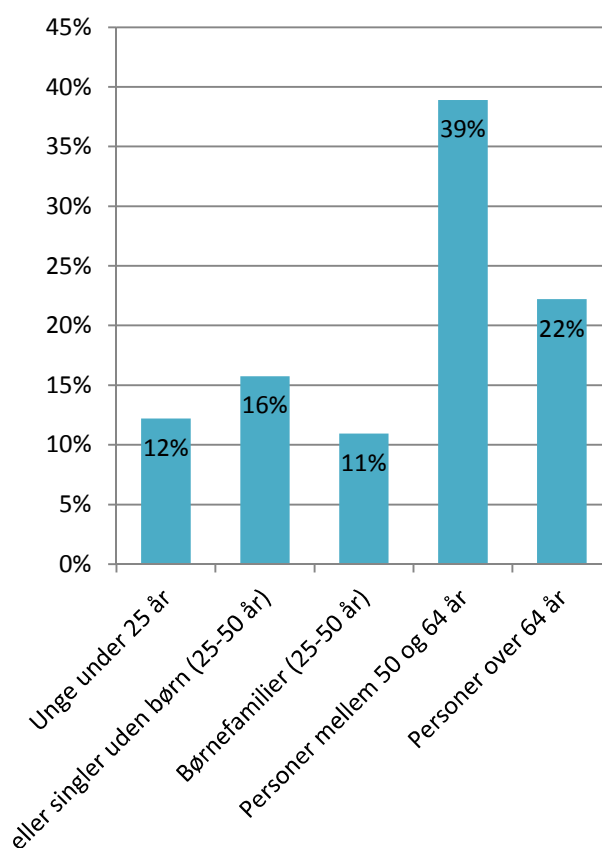
I store træk er mønstret for de øvrige forbrugergrupper det samme i år 2012 som året før. Der er dog en tendens til, at børnefamilierne holder igen på online forbruget, så de både handler sjældnere og for mindre beløb. Der er ikke tal i analysen, der forklarer den ændrede adfærd.

Andel af handler



- Unge under 25 år
- Par eller singler uden børn (25-50 år)
- Børnefamilier (25-50 år)
- Personer mellem 50 og 64 år
- Personer over 64 år

Andel af omsætning



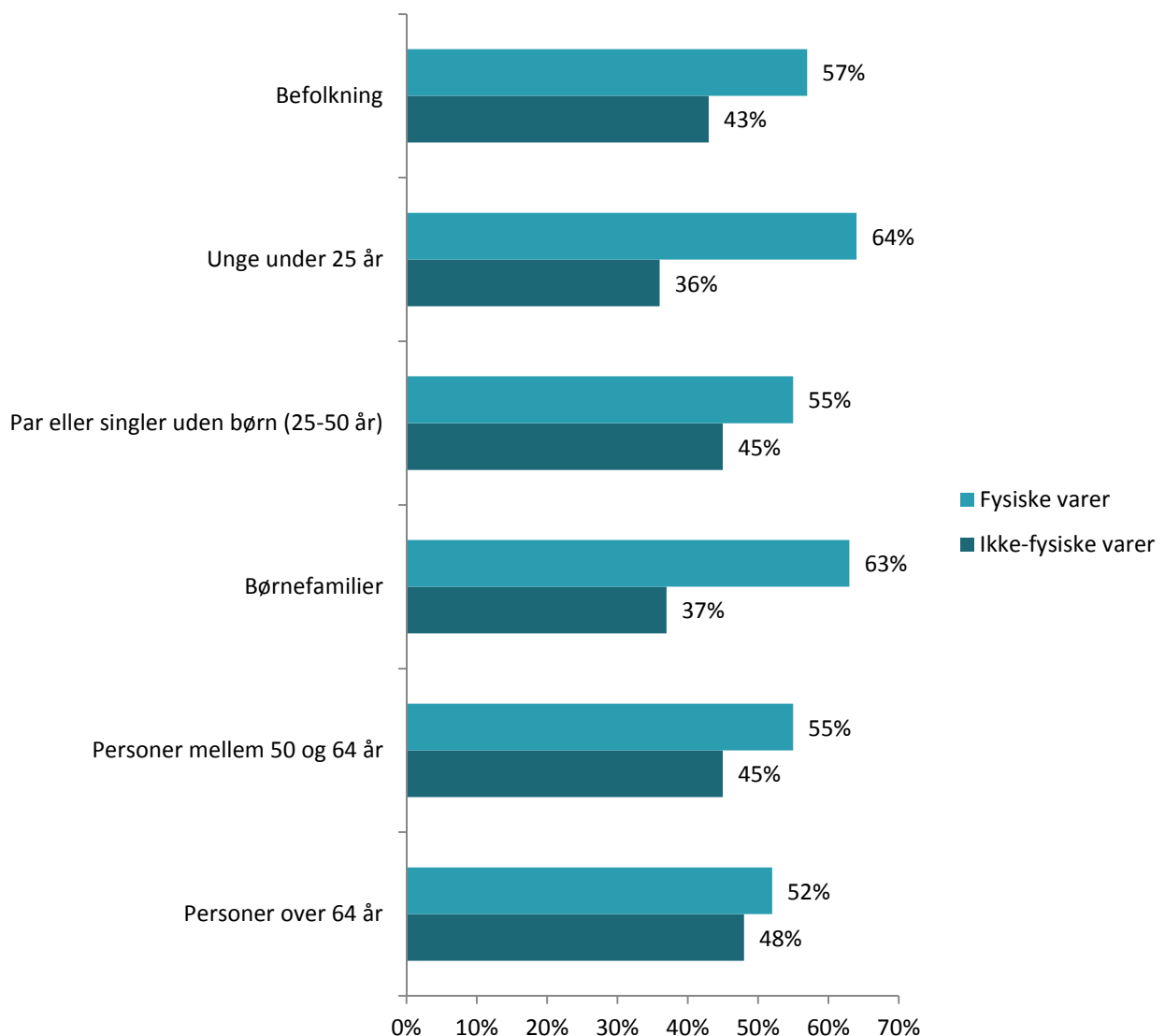
Antal besvarelser: 4.336 / 4.098

Spørgsmålsformulering: *Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? / Hvor mange penge brugte du sidst, du købte eller bestilte varer, serviceydelser, abonnenter eller downloads via internettet (danske kroner eller omregnet til danske kroner)?*

De fysiske varer dominerer e-handlen

De fysiske varer bliver oftere handlet end ikke-fysiske varer. Næsten 6 ud af 10 internethandler består af fysiske varer.

Helt unge forbrugere og børnefamilier handler oftere fysiske varer, hvilket stemmer med deres større forbrug af fx tøj og elektronik end hos de ældre forbrugere. I den aldersgruppe er der fx en større andel af køb af rejser.



Antal besvarelser: 4.336

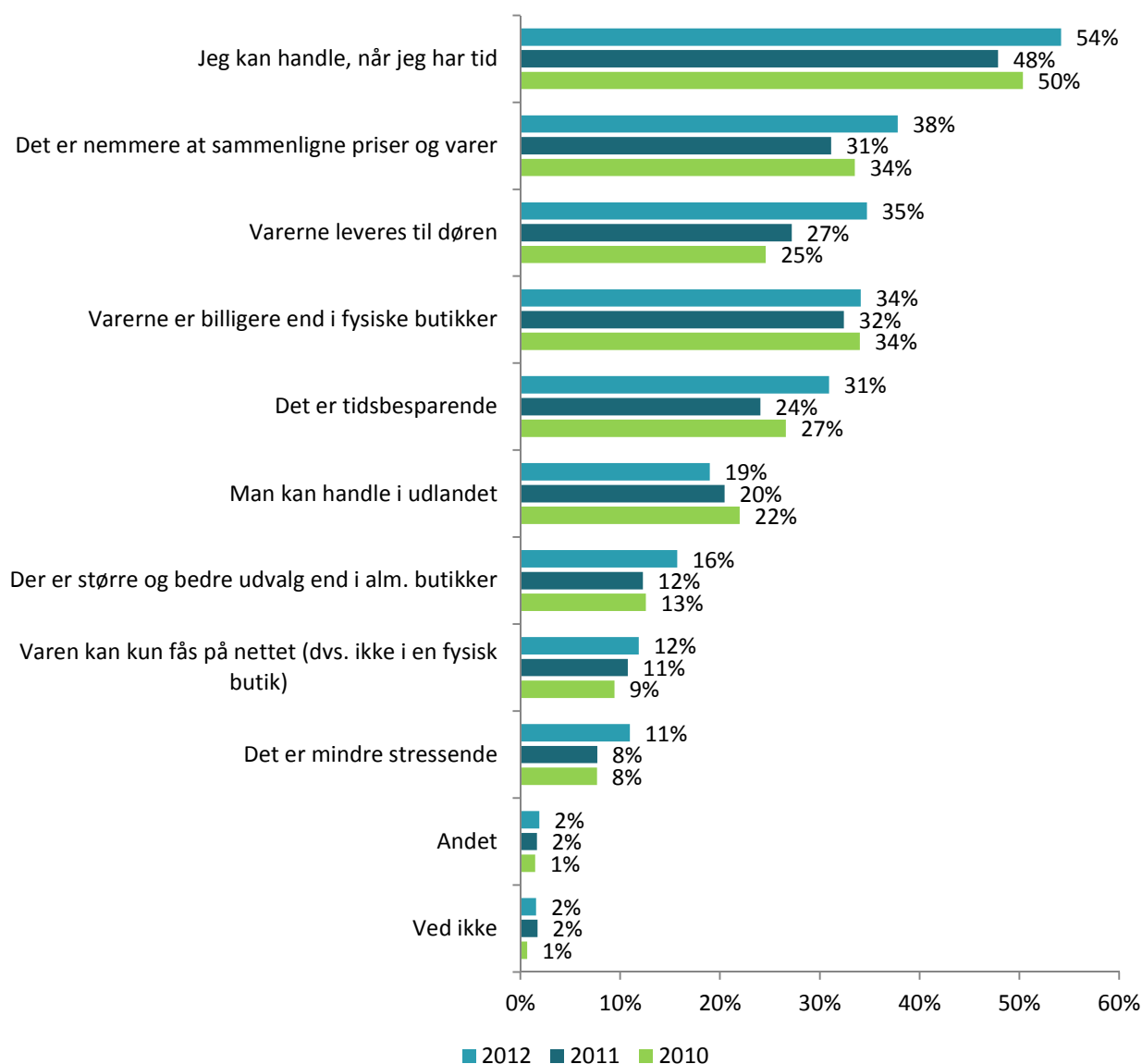
Spørgsmålsformulering: *Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet?*

E-handel er bare mere bekvemt

Danskerne ser især e-handel som bekvemt, fordi de kan handle, når det passer dem, ligesom de kan spare tid i en travl hverdag.

En stor del nævner også, at det er en fordel at varerne leveres lige til døren, og her er der sket en markant stigning i forhold til sidste år.

Den anden store fordel er, at det er nemmere at sammenligne priser og varer, ligesom varerne er billigere end i fysiske butikker (34 pct.).



Antal besvarelser: 2010: 13.172 / 2011: 11.448 / 2012: 11.931 (Mulighed for flere svar)

Spørgsmål *Hvilke fordele oplever du ved at handle på internettet?*

Fordele ved e-handel set med kundegruppernes øjne

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 2012: 10.969(bemærk: mulighed for flere svar)

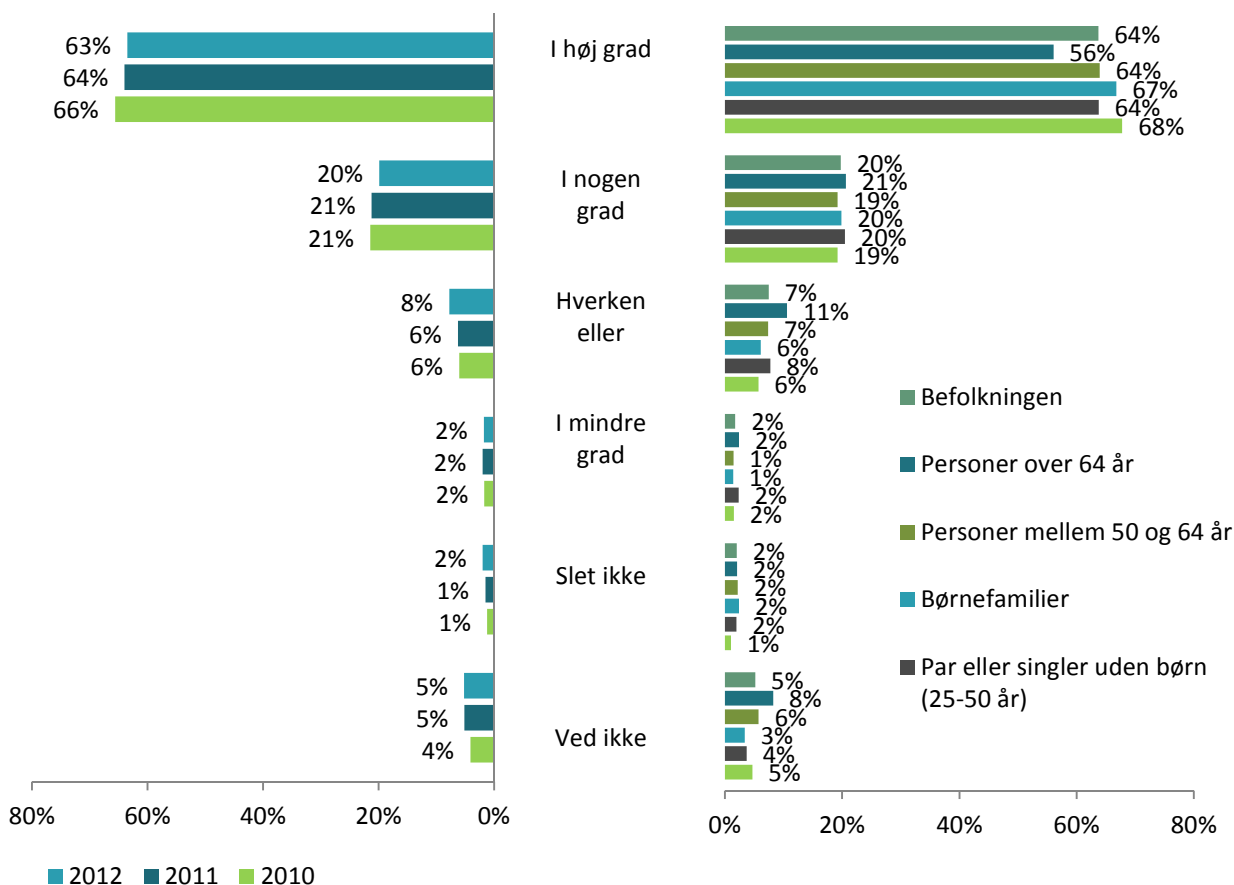
Spørgsmålsformulering: *Hvilke fordele oplever du ved at handle på internettet?*

8 ud af 10 er vil anbefale en netbutik til andre

8 ud af 10 e-handelskunder vil anbefale familie og venner at handle i den netbutik, hvor de senest har handlet.

Det er en stærk indikation på, at kunderne er tilfredse. Andre undersøgelser viser, at villigheden til at anbefale en butik til andre er en god indikator for, om man er en loyal kunde

Tilfredsheden blandt de ældre ligger lidt under gennemsnittet, mens tilfredsheden blandt de unge ligger lidt over. Tallene viser derfor, at danskerne i høj grad er loyale over for og tilfredse med internetbutikkerne.

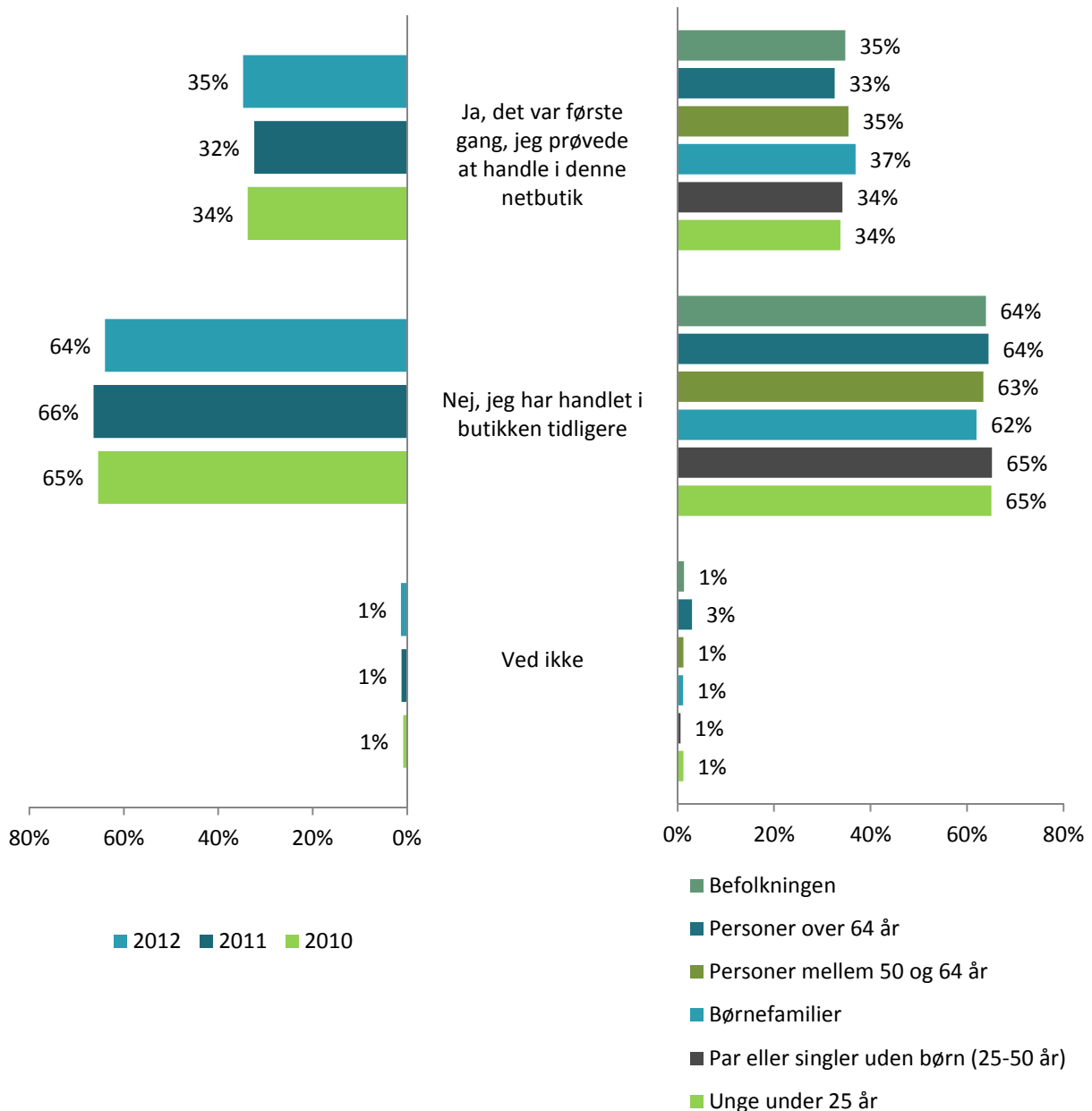


Antal besvarelser: 2010: 5.024 / 2011: 4.483 / 2012: 4.721

Spørgsmålsformulering: *Forstil dig, at venner eller familie står over for at skulle købe noget, som den netbutik, du senest handlede i, tilbyder. I hvor høj grad ville du anbefale netbutikken?*

Danskerne er loyale internetkunder

Kunderne har en høj loyalitet overfor de netbutikker, hvor de e-handler. To ud af tre danskere har foretaget deres seneste e-handel i en netbutik, hvor de tidligere har handlet. Loyaliteten er uændret i forhold til de to seneste år og på samme niveau blandt alle kundegrupper.



Antal besvarelser: 2010: 5.023 / 2011: 4.484 / 2012: 4.721

Spørgsmålsformulering: Tænk tilbage på den netbutik, du senest handlede hos. Var det første gang, du handlede her?

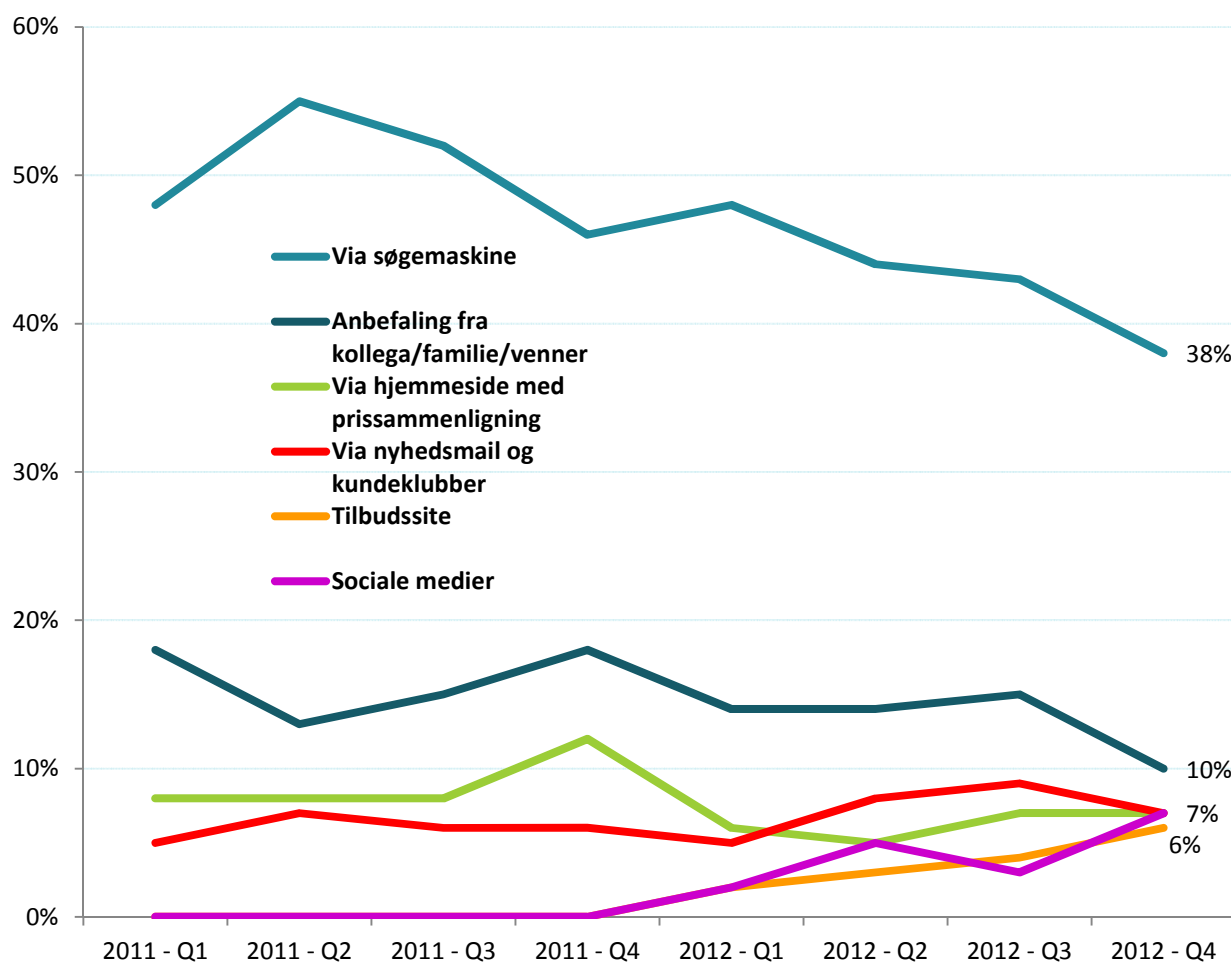
Sociale medier og tilbudssites på vej frem

Sociale medier og tilbudssites har over det seneste år fået større betydning, når der findes vej til nye netbutikker. Derimod falder brugen af søgemaskiner som Google, Bing, Krak mfl.

Det er dog fortsat søgemaskinerne, som er langt den hyppigste måde at finde frem til en ny netbutik (38 pct.). Herefter følger anbefalinger fra kollegaer/familie/venner (10 pct.).

De sociale medier og tilbudssites har haft fart på i løbet af det seneste år, hvor sociale medier er steget til 7 pct., og tilbudssites når op på 6 pct.

Alle tal er ved udgangen af 4. kvartal 2012.



Antal besvarelser: 1.644

Spørgsmålsformulering: *Hvordan fandt du frem til denne netbutik?*

Spørgsmålet er kun blevet stillet til personer, som foretog deres seneste e-handel i en netbutik, hvor de ikke tidligere havde handlet.

Vejen til nye netbutikker fordelt på kundegrupper

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidet
version

Antal besvarelser: 1.512

Spørgsmålsformulering: *Hvordan fandt du frem til denne netbutik?*

Årsagen til at handle i en netbutik igen

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Antal besvarelser: 3.027

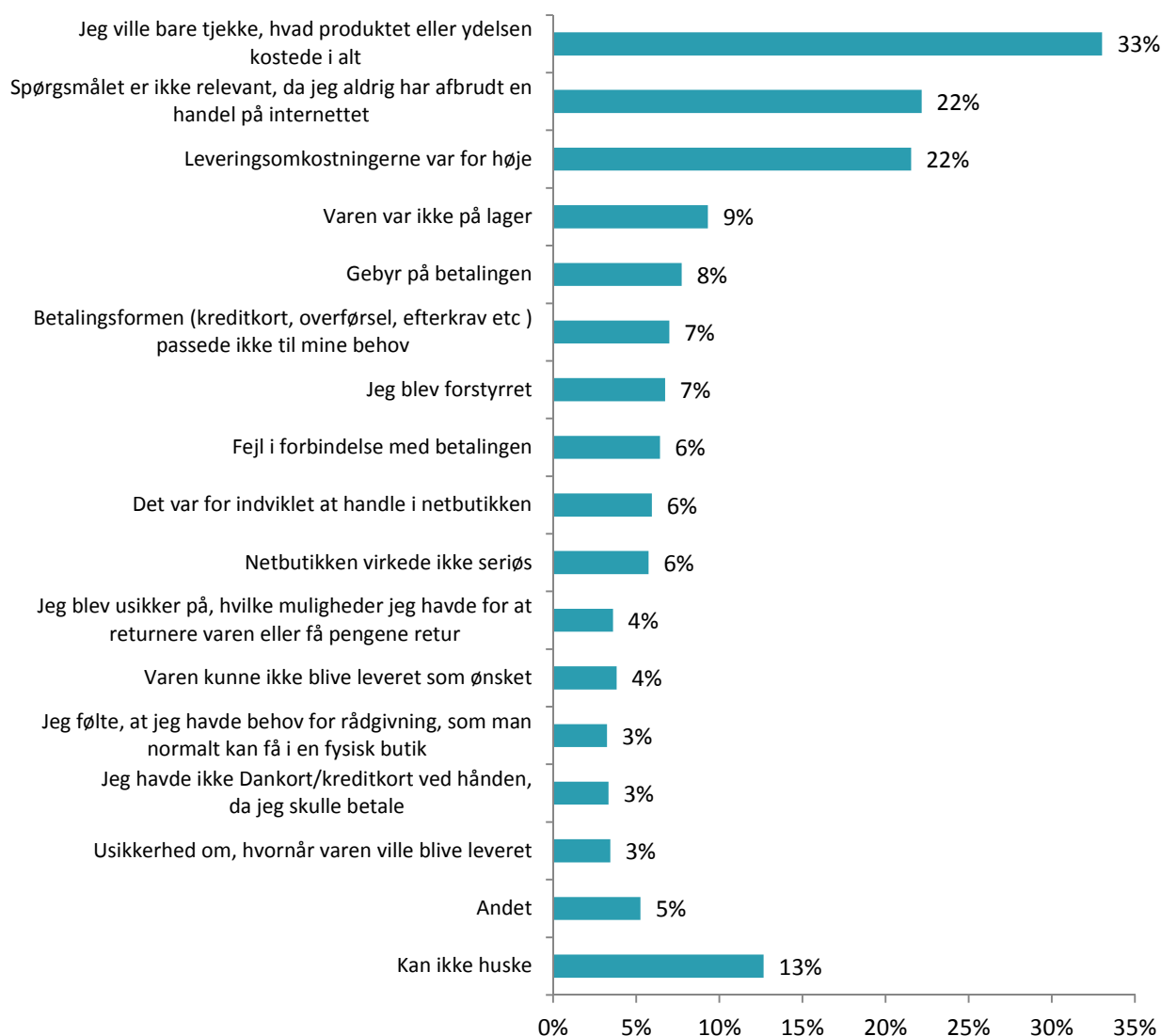
Spørgsmålsformulering: *Hvad fik dig til at handle i denne netbutik igen?*

Når købet ikke bliver til noget

En stor udfordring for internetbutikker er afbrudte køb, hvor kunder efterlader den elektroniske indkøbskurv uden at afslutte købet og betale.

En tredjedel af kunderne ville tjekke produktets eller ydelsens pris uden at have til hensigt at købe i dén netbutik eller på dét tidspunkt. En anden hyppig grund til at afbryde købet er, at leveringsomkostningerne vurderes til at være for høje.

Det er næsten hver femte, som oplyser, at de aldrig har afbrudt en handel på nettet.



Antal besvarelser: 7.600 (bemærk: mulighed for flere svar)

Spørgsmålsformulering: *Hvorfor afbrød du købet eller bestillingen?*

Varegrupper

Hvad putter danskerne i indkøbskurven når de handler på internettet?

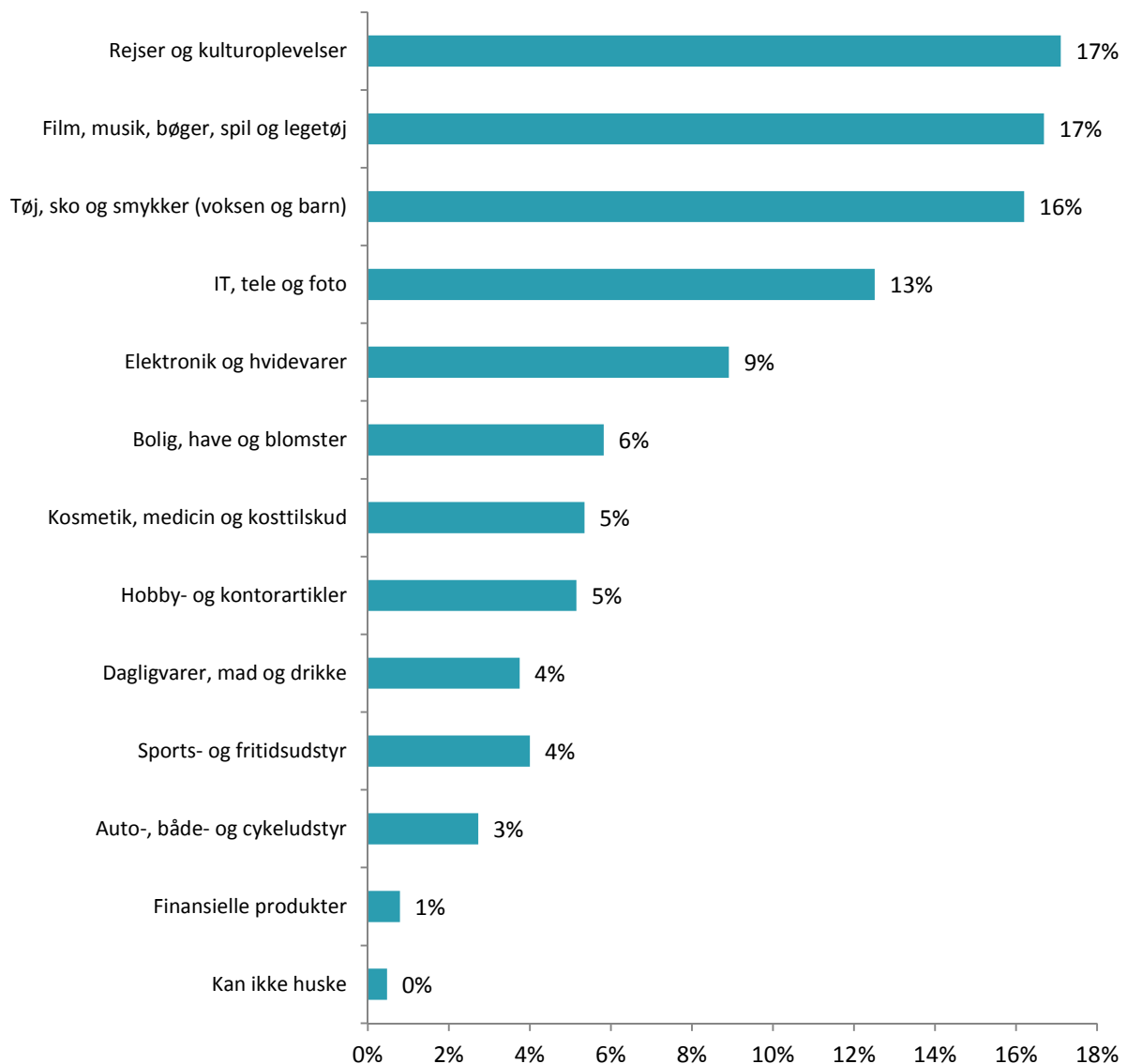


Varegrupper som købes oftest på nettet

Samlet set foretog danskerne op mod 90 mio. handler på nettet i 2012.

Rejser og kulturoplevelser samt film, musik, bøger, spil og legetøj er med 17 pct. de mest handlede varegrupper i 2012.

Tøj, sko og smykker (voksen og barn), samt IT, tele og foto kommer lige efter med hhv. 16 pct. og 13 pct.



Antal besvarelser: 4.721

Spørgsmålsformulering: *Hvad var det sidste du købte på nettet?*

Mest købte varer inden for *Rejser og Kultur oplevelser*

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Mest købte varer inden for *Film, musik, bøger, spil og legetøj*

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Mest købte varer inden for *Tøj, sko og smykker*

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Mest købte varer inden for IT, Tele og Foto

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Mest købte varer indenfor *Elektronik og hvidevarer*

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

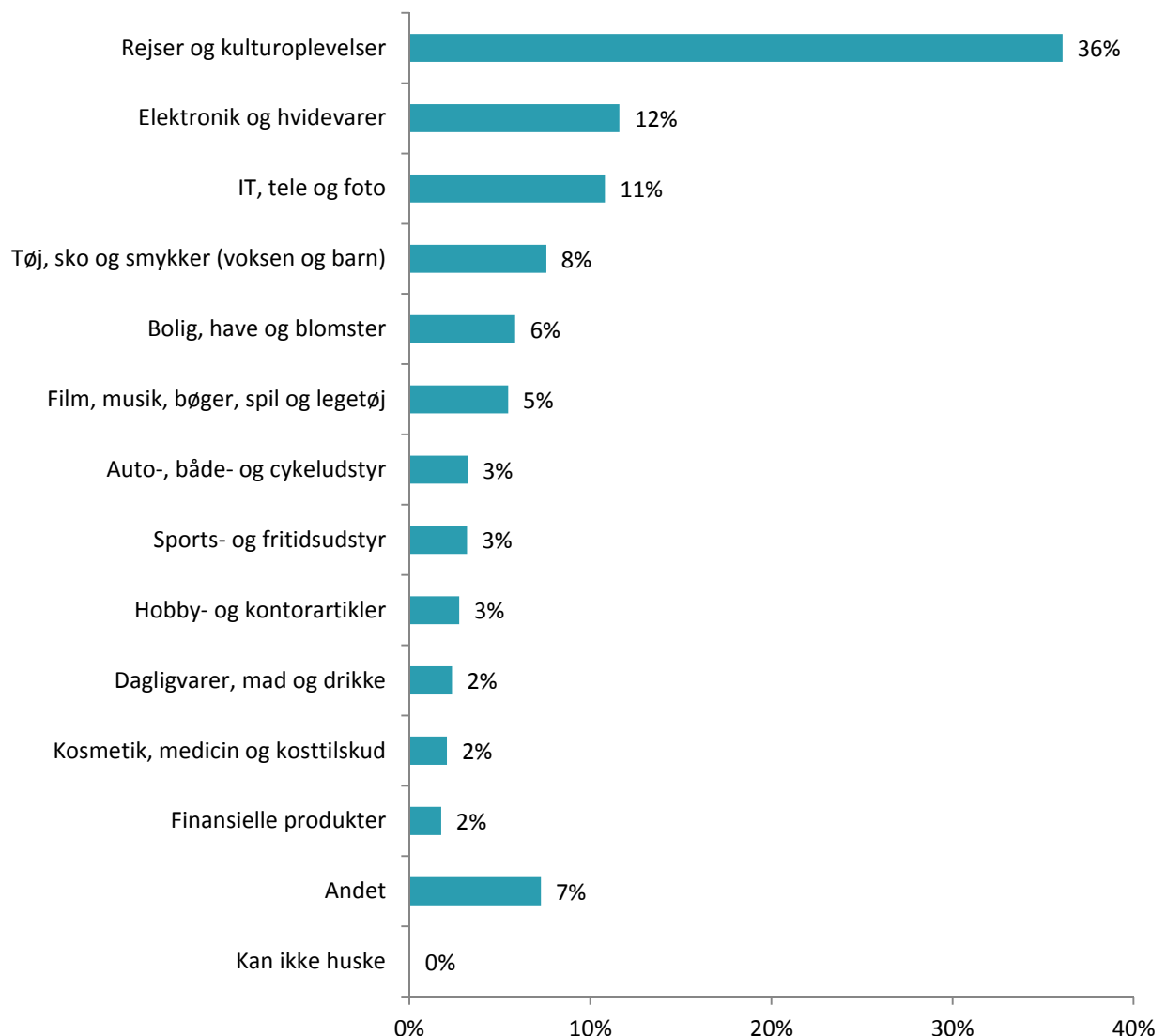
Findes i den udvidede
version

Dyre rejser topper omsætning i e-handel

I alt brugte danskerne 54,7 mia. kr. på nettet i 2012. Prisforskelle på de forskellige varer slår kraftigt igennem, når varegrupperne rangordnes efter omsætning i stedet for handelshyppighed.

Rejser og kulturoplevelser står for over en tredjedel af omsætningen inden for nethandel. Derefter kommer elektronik og hvidevarer og IT, tele og foto med hhv. 12 pct. og 11 pct. af omsætningen.

Det betyder, at selv om vi ofte køber film, musik, bøger, spil og legetøj, så udgør varegruppen kun en mindre del af den samlede omsætning på nettet.



Antal besvarelser: 4.449

Spørgsmålsformulering: *Hvad var det sidste du købte på nettet? / Hvor mange penge brugte du sidst, du købte eller bestilte varer, serviceydelser, abonnenter eller downloads via internettet (danske kroner eller omregnet til danske kroner)?*

Varegruppernes prisspektre

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Varegruppernes prisspektre

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Hvem køber hvad på nettet?

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Hvor og hvad handler danskerne online?

	Top 5 webshops	Top 5 produkter
Unge under 25 år	Amazon Cdon.com Smartguy/girl/kid.dk Apple Store H&M	Dametøj CD, DVD, PC-spil, brætspil Bøger, tidsskrifter og aviser fysisk leveret Børnetøj Kosmetiske produkter og udstyr
Par eller singler uden børn (25-50 år)	Cdon.com Apple Store Proshop Amazon Saxo.com	CD, DVD, PC-spil, brætspil Bøger, tidsskrifter og aviser fysisk leveret Dametøj Streaming/download af film, musik og spil Kosmetiske produkter og udstyr
Børnefamilier (25-50 år)	H&M Cdon.com Smartguy/girl/kid.dk EBay Apple Store	Dametøj CD, DVD, PC-spil, brætspil Børnetøj Herretøj Streaming/download af film, musik og spil
Personer mellem 50-64 år	Nettorvet (Coop) Wupti.com Amazon Ellos Saxo.com	Dametøj CD, DVD, PC-spil, brætspil Flybilletter Bøger, tidsskrifter og aviser fysisk leveret Billetter til kulturoplevelser – download/print selv
Personer over 64 år	Nettorvet (Coop) Saxo.com iBob.dk Elgiganten Wupti.com	Bøger, tidsskrifter og aviser fysisk leveret Flybilletter Billetter til kulturoplevelser – download/print selv Pakkerejser Dametøj

Antal besvarelser: 4.721

Spørgsmålsformulering: *Hvad er navnet på netbutikken, du senest handlede i? / Hvor vil du placere din seneste købte vare?*

De mest populære internetbutikker – top 20

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Betaling og levering

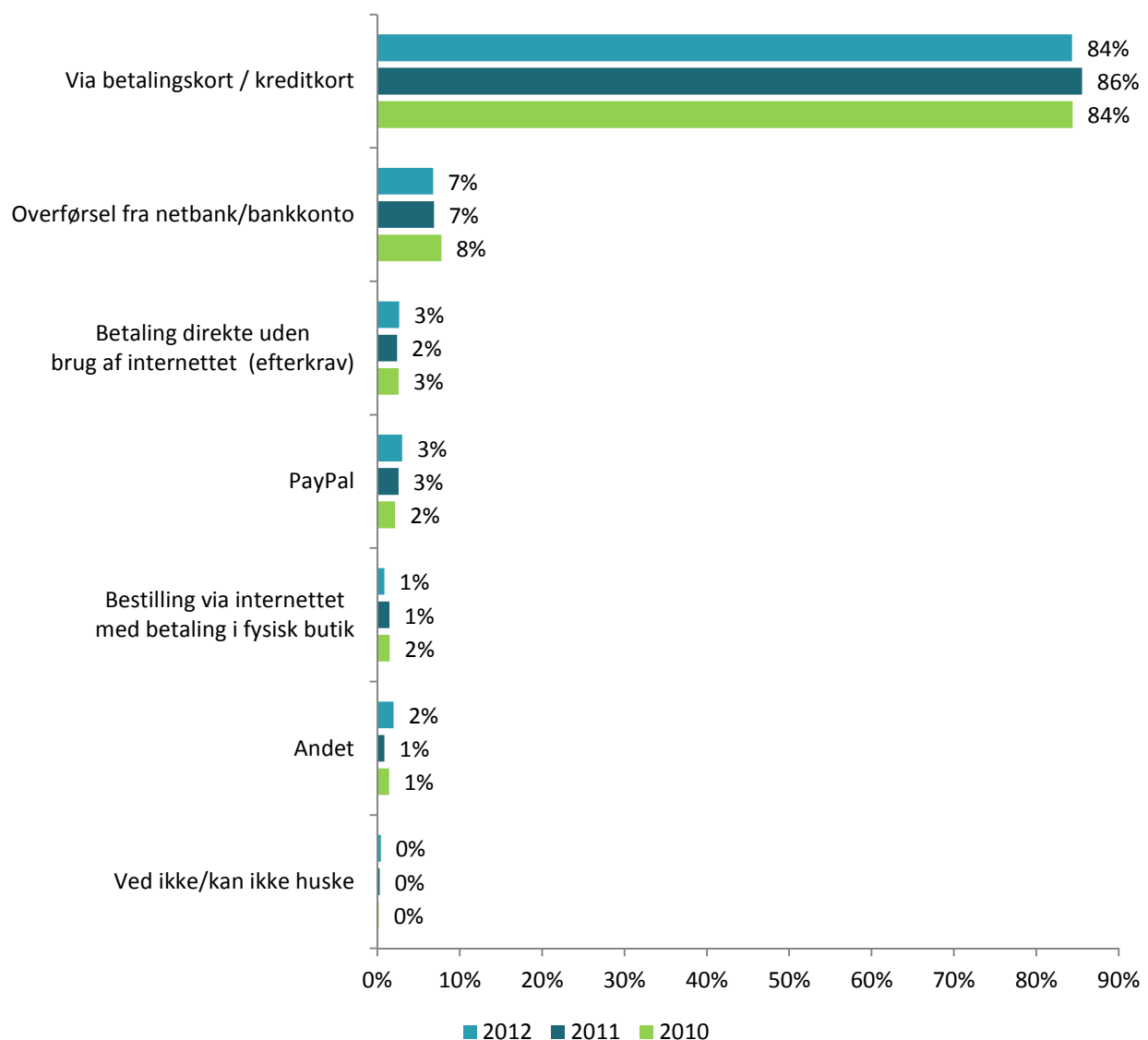


Kortbetaling foretrækkes ved e-handel

8 ud af 10 kunder bruger betalings-/kreditkort, når de e-handler.

Den næsthøypigste form for betaling er overførsel fra netbank/bankkonto (7 pct.). De øvrige betalingsformer fylder ikke meget i danskernes e-handel.

For alle betalingsformer er der sket en nævneværdig udvikling i de seneste år.



Antal besvarelser: 2010: 5.021 / 2011: 4.484 / 2012: 4.721

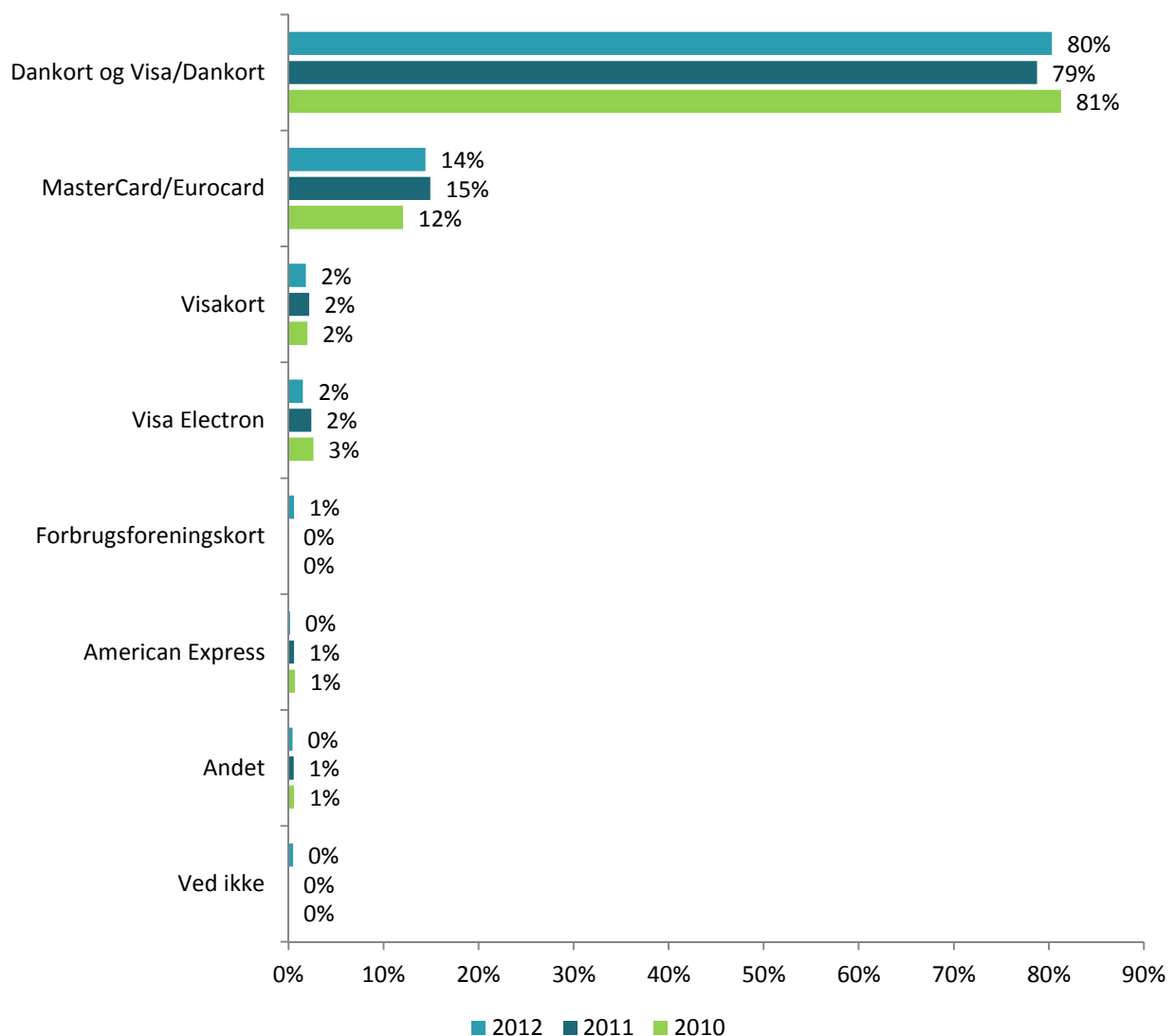
Spørgsmålsformulering: *Hvordan gennemførte du betalingen for din sidste nethandel?*

Dankort beholder sin førerposition

Blandt de 84 pct., som brugte betalings-/kreditkort ved deres seneste e-handel, er det Dankort og Visa/Dankort, der hyppigst anvendes. Det står således for 8 ud af 10 e-handler med betalingskort-/kreditkort. Samlet set betyder det, at 2 ud 3 handler på nettet betales med Dankort eller Visa/Dankort.

MasterCard/Eurocard anvendes i 14 pct. af handlerne.

Tendenserne er de samme i 2012 som i de to foregående år.



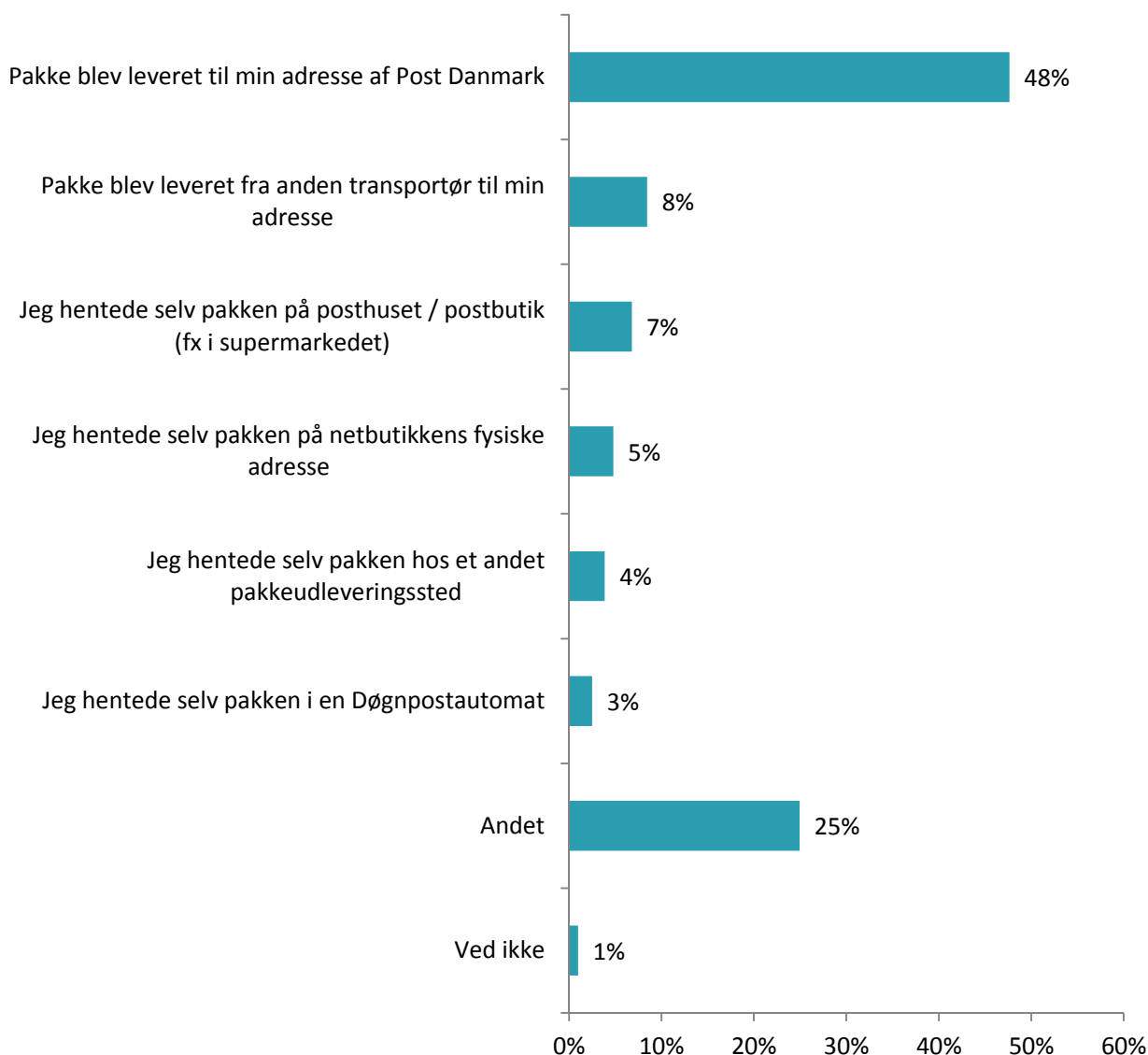
Antal besvarelser: 2010: 4.237 / 2011: 3.837 / 2012: 3.983

Spørgsmålsformulering: *Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?*

Levering til hjemadresse er mest almindelig

Leveringen af pakker foretages oftest af Post Danmark direkte til kundens adresse (48 pct.), og sammen med anden direkte levering betyder det, at kunderne i over halvdelen af handlerne får leveret pakken på hjemadressen.

Det er dog hver femte, som peger på, at de selv har hentet pakken fx på posthus, butik eller automat.



Antal besvarelser: 2.670

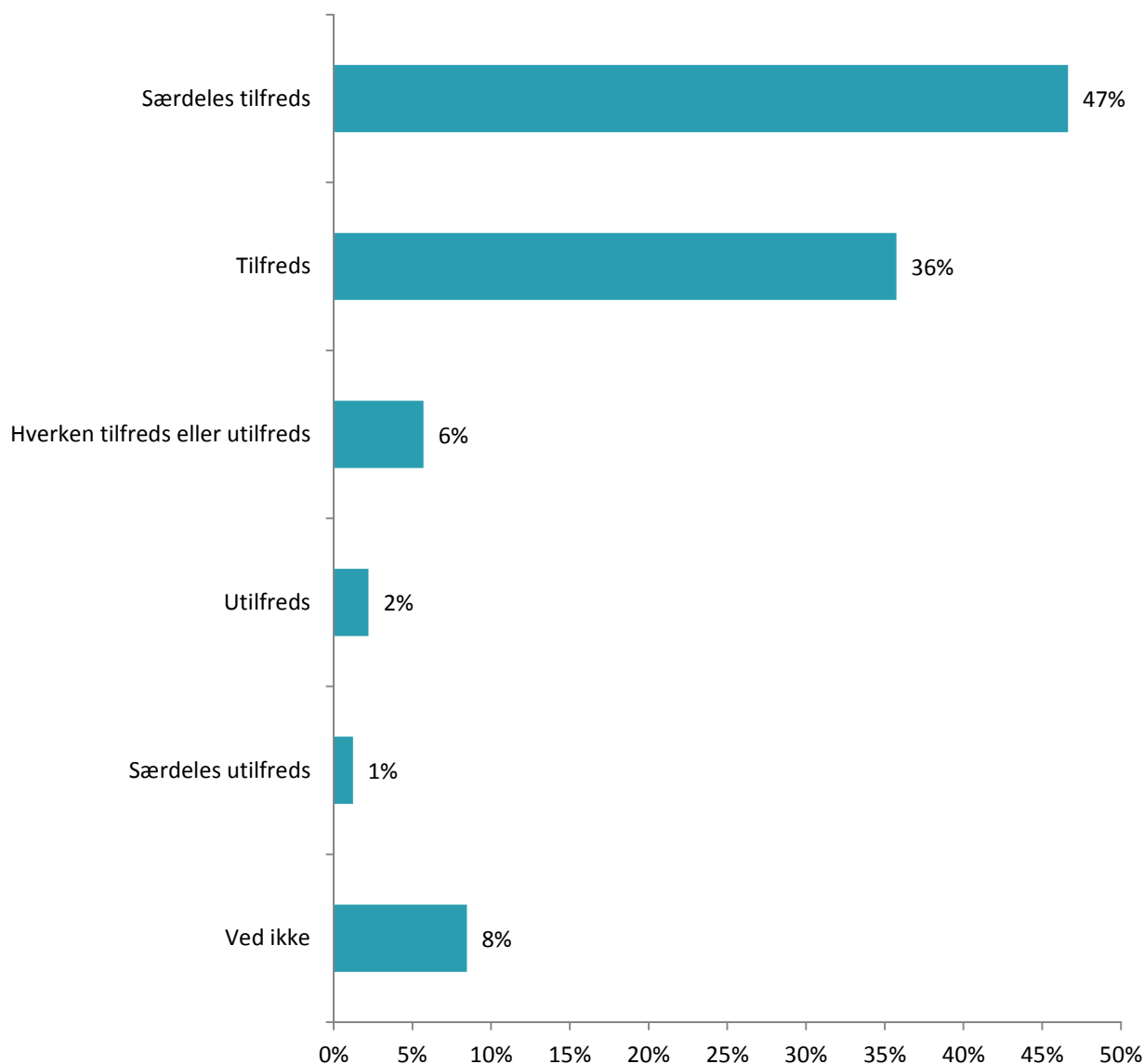
Spørgsmålsformulering: *Hvordan modtog du det, du senest købte eller bestilte på internettet?*

Bemærk, at der er sket ændringer i spørgeskemaet i 2012, så det ikke er muligt at sammenligne med resultaterne fra tidligere år. I andet-kategorien nævnes bl.a. digital levering (download) m.m

Høj tilfredshed med leveringen

8 ud af 10 danskere er enten særdeles tilfredse eller tilfredse med leveringen af de fysiske varer, de senest har købt på nettet.

Stort set ingen er utilfredse. I alt er 3 pct. utilfredse eller særdeles utilfredse med leveringen.



Antal besvarelser: 1.071

Spørgsmålsformulering: *Hvor tilfreds eller utilfreds var du med leveringen?*

E-handel i udlandet

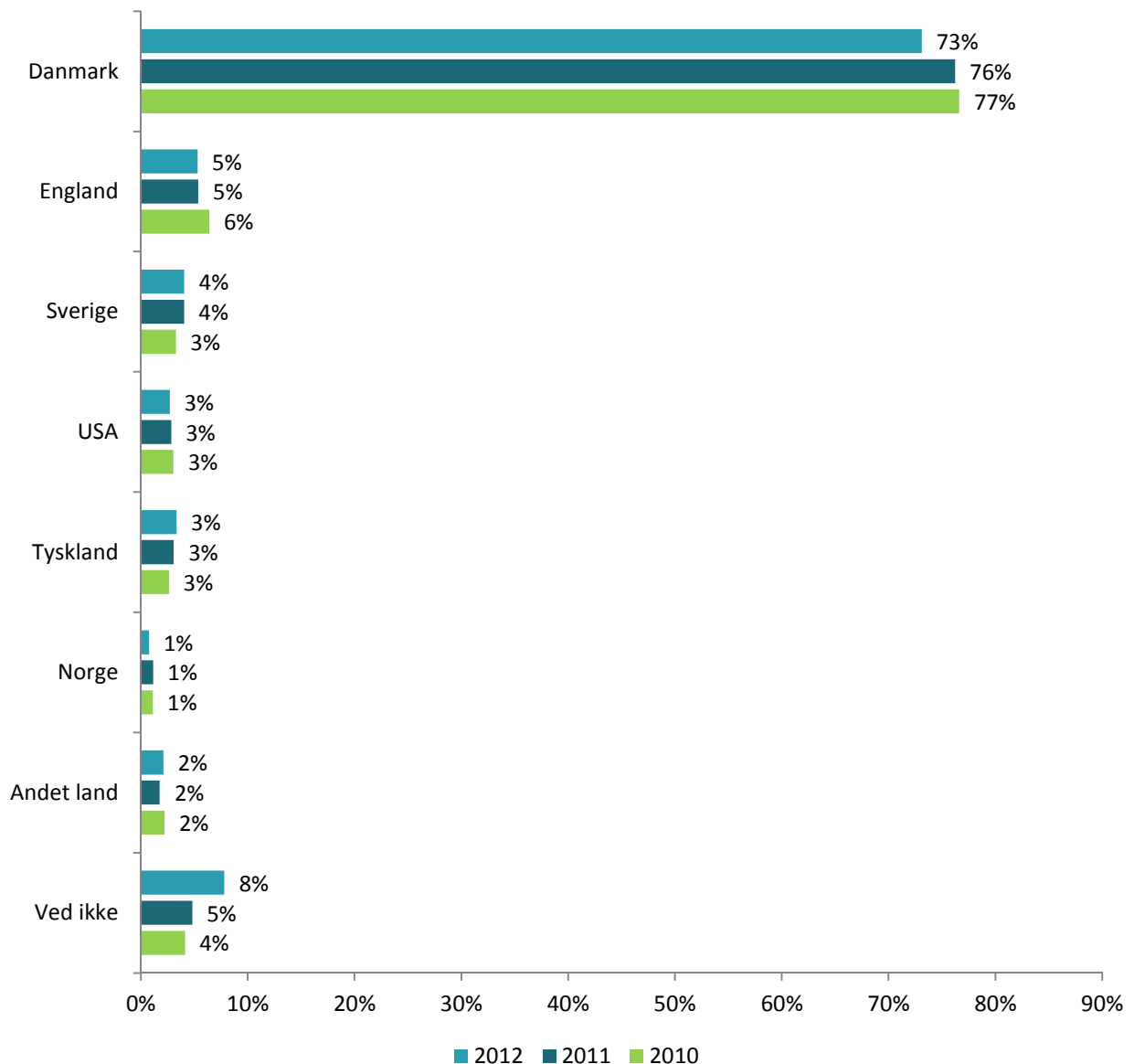


E-handel i udlandet stiger

E-handel i udlandet er steget fra 9 mia. kr. i 2011 til 12,5 mia. kr. i 2012, en stigning på 38,9 pct.

I 2012 blev knapt 3 ud af 4 (73 pct.) af danskernes e-handler foretaget hos danske netbutikker, mens hver femte (18 pct.) helt sikkert skete hos udenlandske netbutikker. En stigende del af forbrugerne ved dog ikke, hvor butikken hører hjemme.

Det var primært de unge, som handlede internationalt, mens de ældre holdt sig til danske webshops.

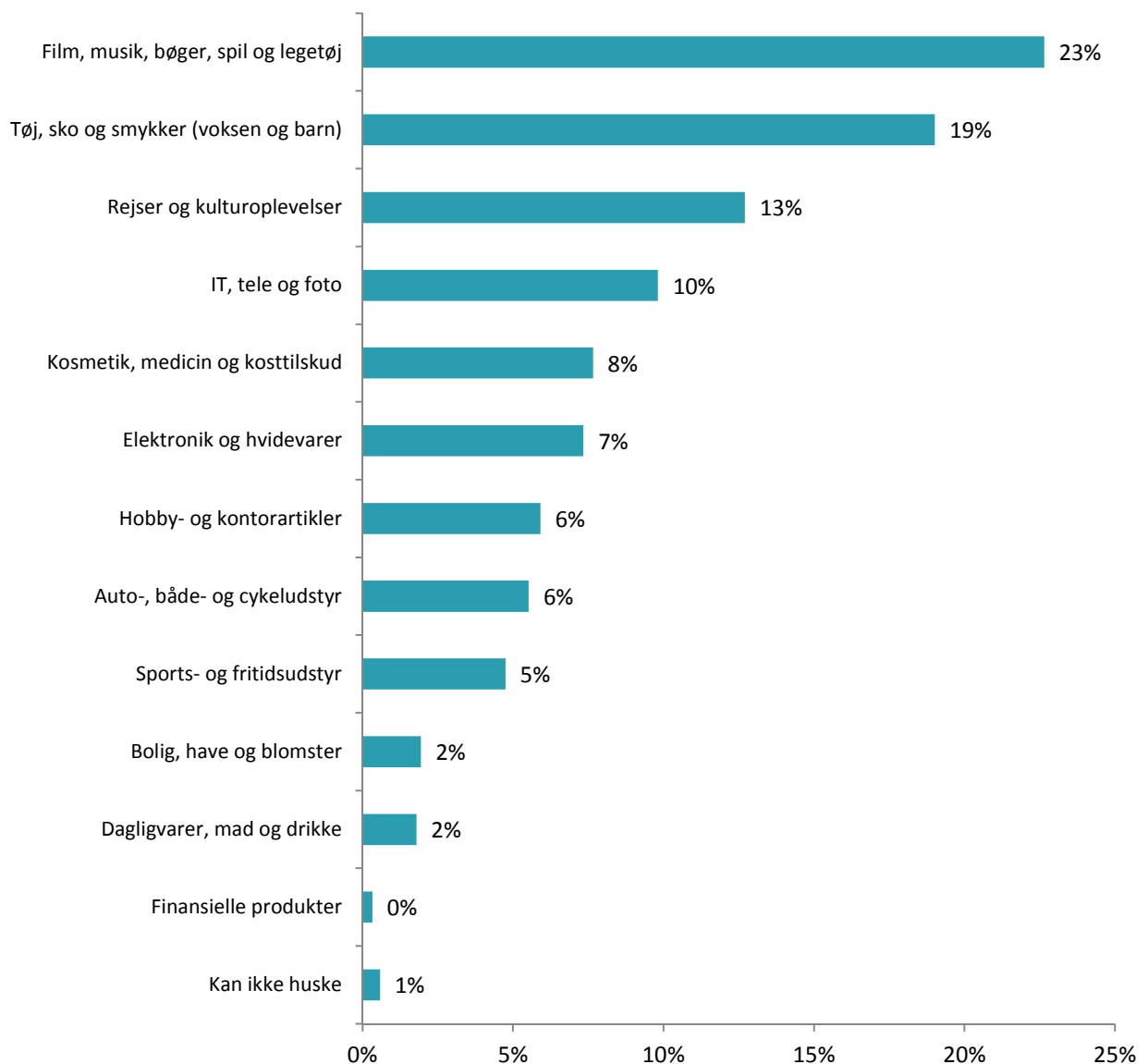


Antal besvarelser: 2010: 5.022 / 2011: 4.484 / 2012: 4.721

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

Hvad køber danskerne i udlandet?

Film, musik, bøger, spil og legetøj er med 23 pct. den oftest handlede varegruppe i udlandet. Tøj, sko og smykker (voksen og barn), samt rejser og kulturoplevelser kommer efter med hhv. 19 pct. og 13 pct.



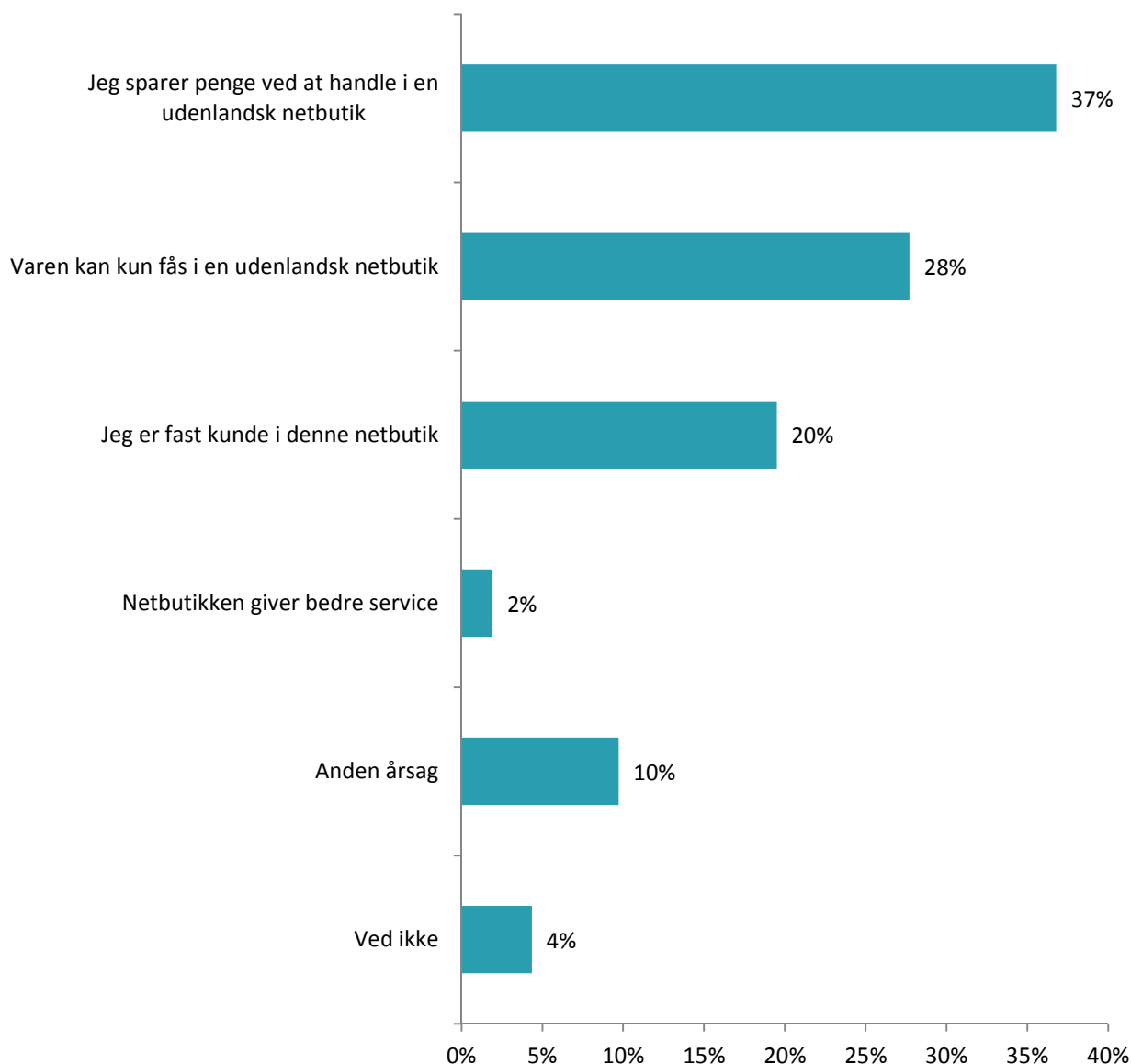
Antal besvarelser: 901

Spørgsmålsformulering: *Hvad var der sidste du købte på nettet?*

Pris og udvalg driver indkøb i udlandet

De to primære årsager til, at danskerne handler i en udenlandsk netbutik, er enten den billige pris (37pct.), eller at varen kun kan fås i en udenlandsk netbutik (28 pct.).

Det bemærkes, at hver femte (20 pct.) oplyser, at de er fast kunde i den udenlandske netbutik.



Antal besvarelser: 903

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

Spørgsmålet er kun stillet til de personer, som har handlet i en udenlandsk netbutik inden for den seneste måned

Årstema: Mobil e-handel

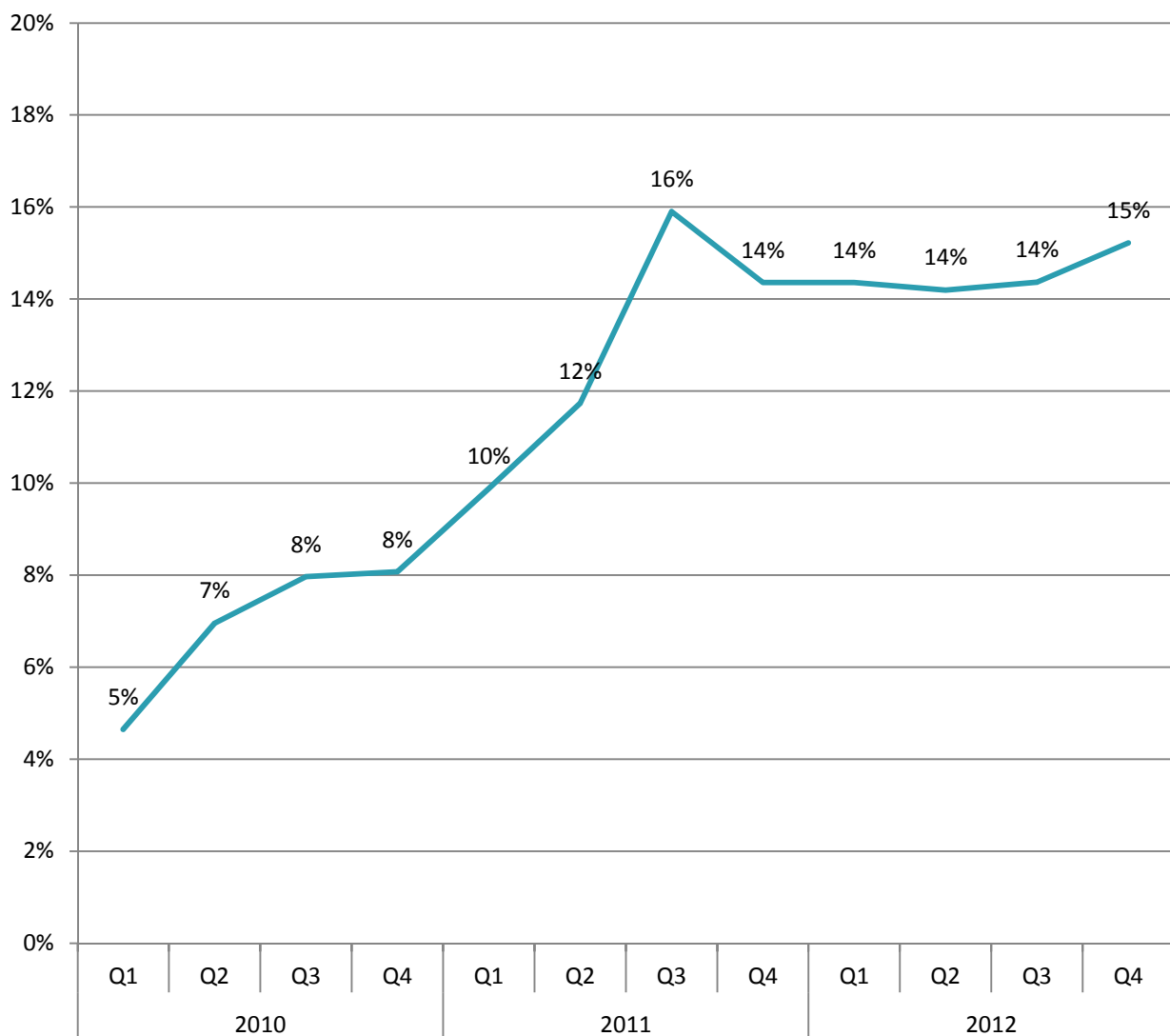


Stabil mobilhandlen i 2012

E-handel via mobiltelefoner er tredoblet siden starten af 2010 med en fordobling alene i 2011.

Den kraftige stigning i 2010 og 2011 skyldes formentlig den hastige udbredelse af smartphones og dermed bedre muligheder for at e-handle via mobilen.

Siden fjerde kvartal 2012 har danskernes e-handel via mobiltelefoner stabiliseret sig omkring 14 pct.



Antal besvarelser: 2010: 5.021 / 2011: 4.484 / 2012: 4.720

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

De unge driver mobilhandlen

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

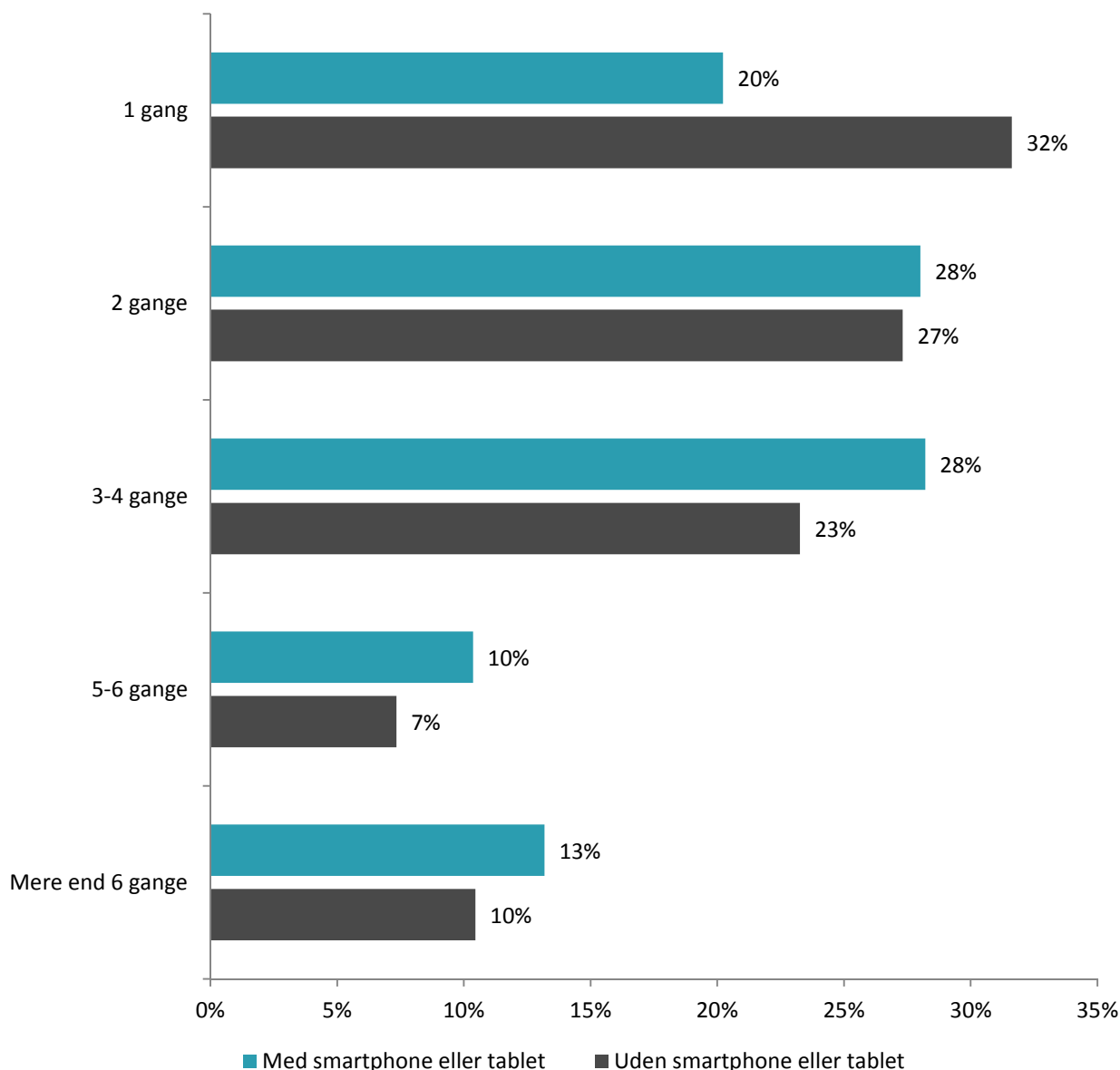
Ønsker du at blive medlem af FDIH kan du læse mere på www.fdi.dk/bliv-medlem

Findes i den udvidede
version

Mere e-handel hos danskere med smartphones

Danskere, der har en smartphone og/eller tablet har en større handelshyppighed på nettet end danskere uden. en smartphone og/eller tablet.

Dette stemmer overens med udenlandske undersøgelser, hvor teknologiske frontløbere blandt forbrugerne også i højere grad bruger de teknologiske muligheder – herunder e-handel – end andre forbrugere.

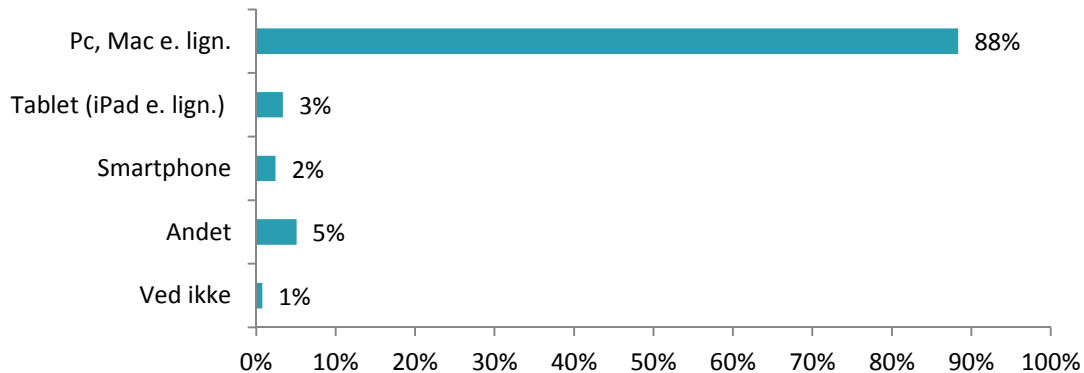


Antal besvarelser: 4.721

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, abonnementer eller downloads, der koster penge)?*

Traditionelle computere dominerer i e-handel

9 ud af 10 danskere (88%) bruger fortsat en traditionel computer, når der skal e-handles. Trods fremgangen for smartphones er det tablets, der kommer ind på andenpladsen.

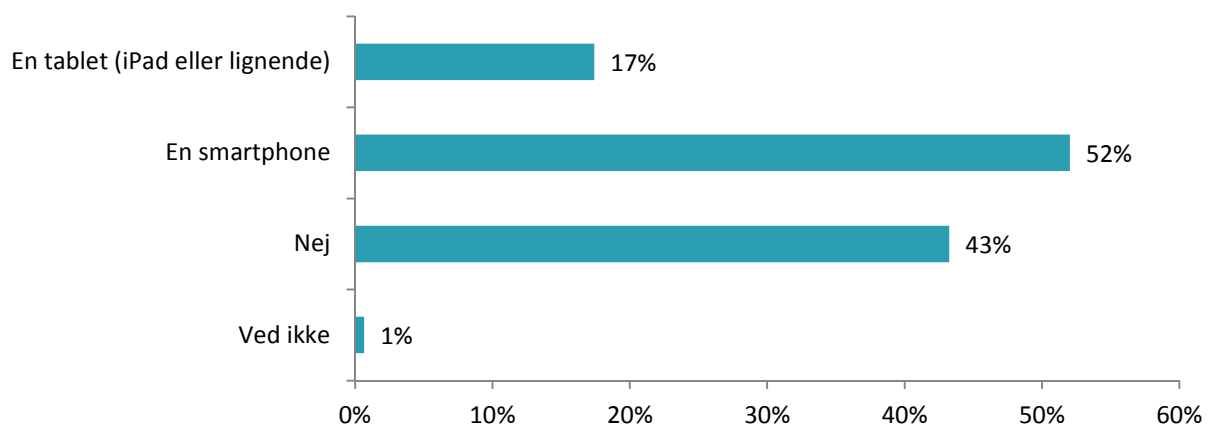


Spørgsmålsformulering: *Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?*

Antal besvarelser: 4.721

Mere end halvdelen har en mobiltelefon

Udbredelsen af smartphones er gået stærkt, og i dag har over halvdelen af danskerne har en smartphone og cirka hver 6. ejer en tablet.



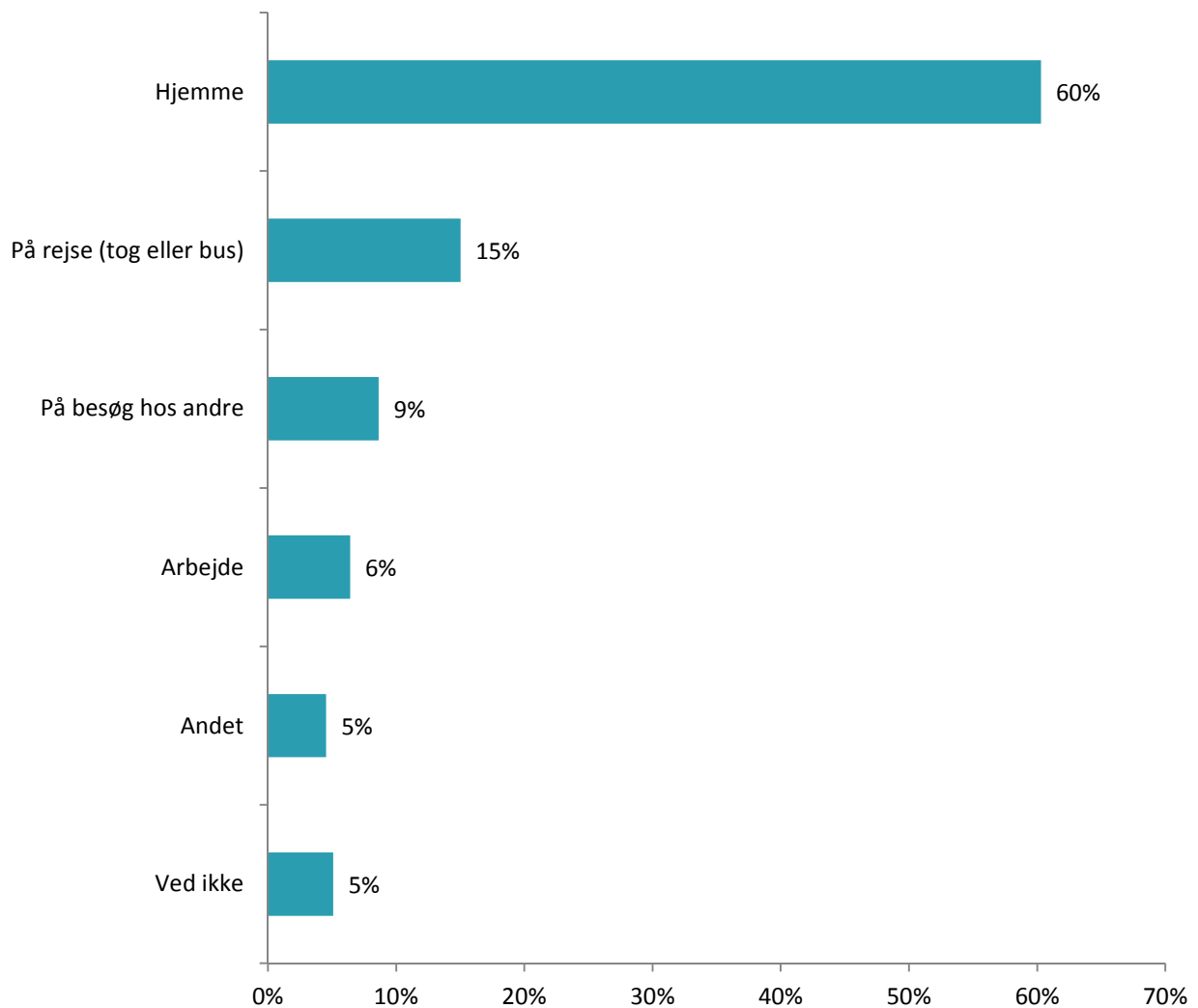
Spørgsmålsformulering: *Har du en smartphone eller en tablet?*

Antal besvarelser: 5.350 (bemærk: Mulighed for flere svarafgivelser)

E-handel med mobilen sker hjemmefra

De fleste danskere handler med mobilen, når de er hjemme (60 pct.), eller når de rejser med tog eller bus (15 pct.). Med andre ord bruges mobilen altså på samme måde som pc og lignende, dvs. når man har tid og ro til det.

Spørgsmålet er kun stillet til personer, som inden for den seneste måned har brugt mobiltelefon til at købe en vare, serviceydelse eller et download via nettet.



Antal besvarelser: 698

Spørgsmålsformulering: *Hvor befandt du dig, da du sidst handlede med mobiltelefonen?*

Betaling når man handler med mobiltelefonen?

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Antal besvarelser: 690

Spørgsmålsformulering: *Hvilke betalingsmetode foretrækker du ved køb af varer/tjeneste ydelser via mobiltelefonen?*

Danskerne og mobiltilpassede hjemmesider

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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

Findes i den udvidede
version

Antal besvarelser: 3.557

Spørgsmålsformulering: *En mobiltilpasset hjemmeside er en hjemmeside specialdesignet så indholdet er optimeret til at blive vist i en mobiltelefon. I hvilket omfang foretrækker du at besøge en mobiltilpasset hjemmeside frem for en alm. hjemmeside via mobiltelefonen?*

2D/QR-koder

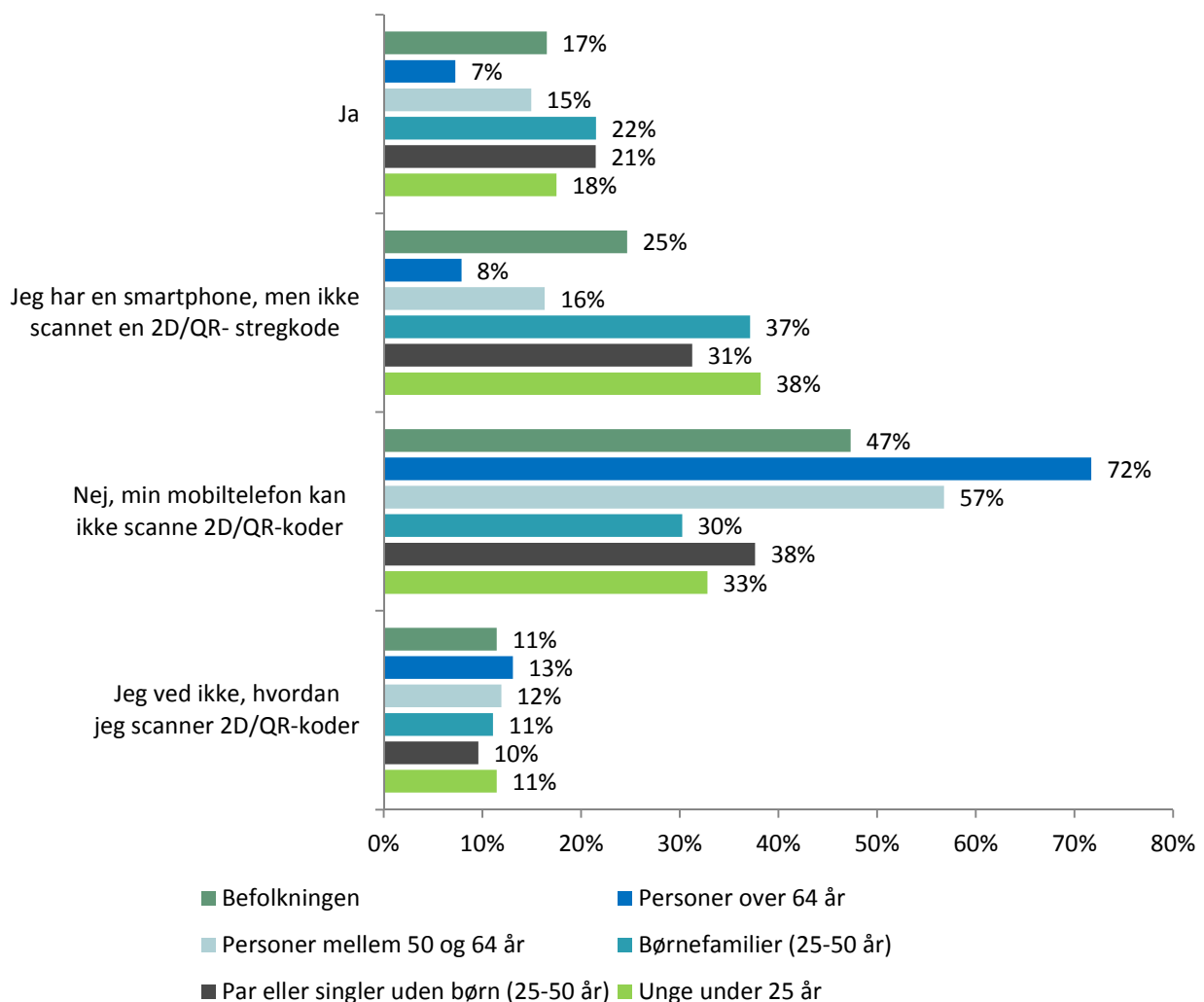


Kun hver femte scanner 2D/QR-koder

Der er flest i de yngre kundegrupper, som har scannet en 2D/QR-kode inden for den seneste måned – det gælder for 22 pct. af børnefamilierne, 21 pct. af par eller singler uden børn, samt 18 pct. af unge under 25 år.

Der er til sammenligning kun 7 pct. af dem over 64 år, som har scannet en 2D/QR-kode inden for den seneste måned.

Det er bemærkelsesværdigt, at 38 pct. af de unge under 25 år og 37 pct. af børnefamilierne har en smartphone, men alligevel ikke har scannet en 2D/QR-kode inden for den seneste måned.



Antal besvarelser: 3.174

Spørgsmålsformulering: *Har du indenfor den seneste måned brugt din mobiltelefon til at scanne en 2D/QR-kode?*

QR-koder integrerer fysisk og digital verden

Denne historie er forbeholdt betalende eller FDIHs medlemmer.

Dansk e-handelsanalyse årsrapport 2012 kommer i 2 versioner. Denne version du læser 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/dansk-ehandelsanalyse uden beregning.

Som ikke-medlem kan den udvidede rapport købes for 3.995 kr. ex. moms. Køb af rapporten sker online på www.fdi.dk/dansk-ehandelsanalyse

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



Antal besvarelser: 574

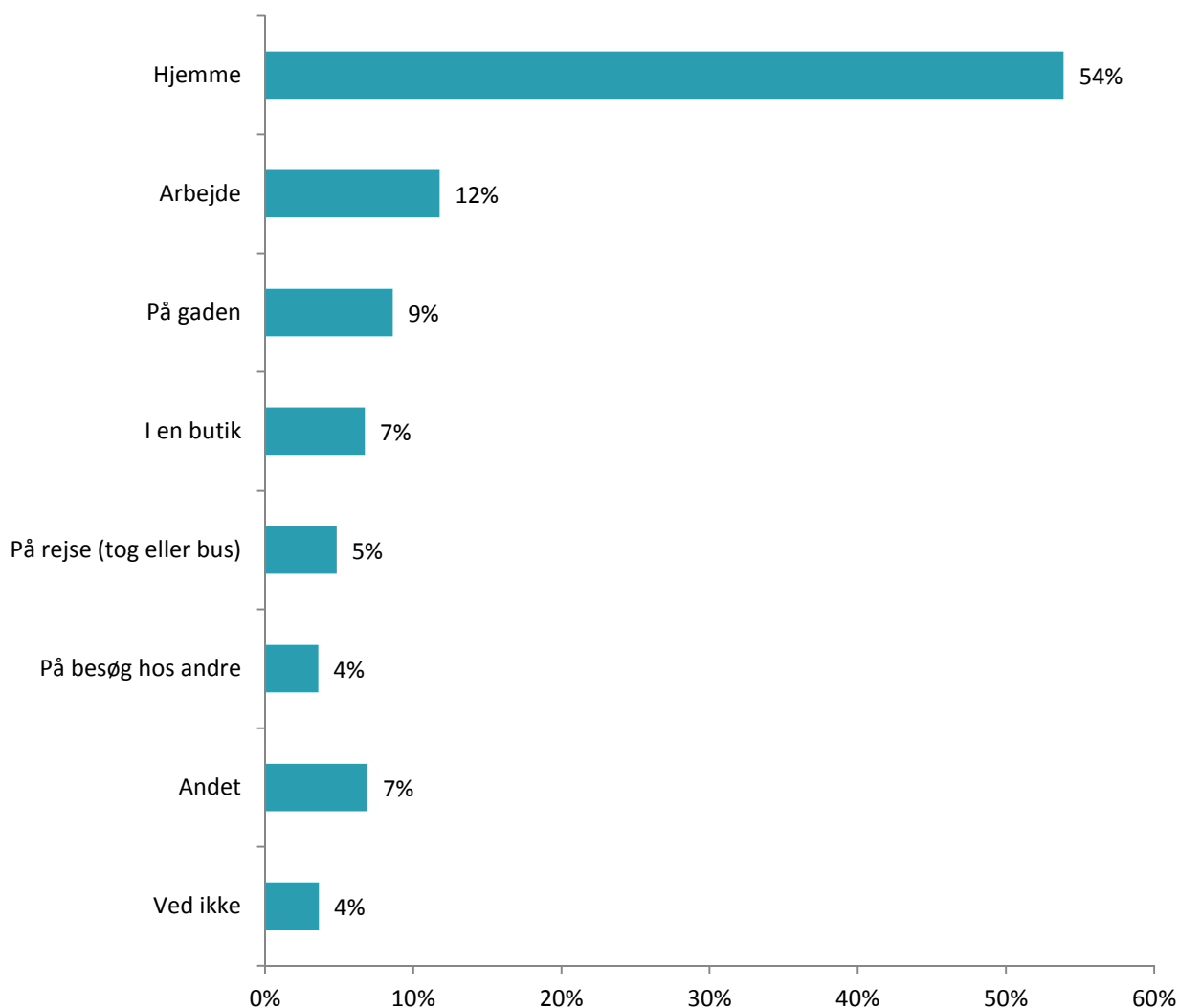
Spørgsmålsformulering: *Hvor så du 2D/QR-koden?*

Spørgsmålet er kun stillet til personer, som har scannet en 2D/QR-kode inden for den seneste måned. Vær derfor opmærksom på det lavere antal respondenter

Hvor befinder danskerne sig, når de scanner?

2D/QR-koder scannes som oftest hjemme (54 pct.), hvilket formentlig hænger sammen med, at 2D/QR-koderne ofte findes i aviser, tidsskrifter eller lignende.

Der er 7 pct. af de adspurgte, som har angivet svarkategorien "Andet" – hvor de primært peger på museer og universiteter.



Antal besvarelser: 574

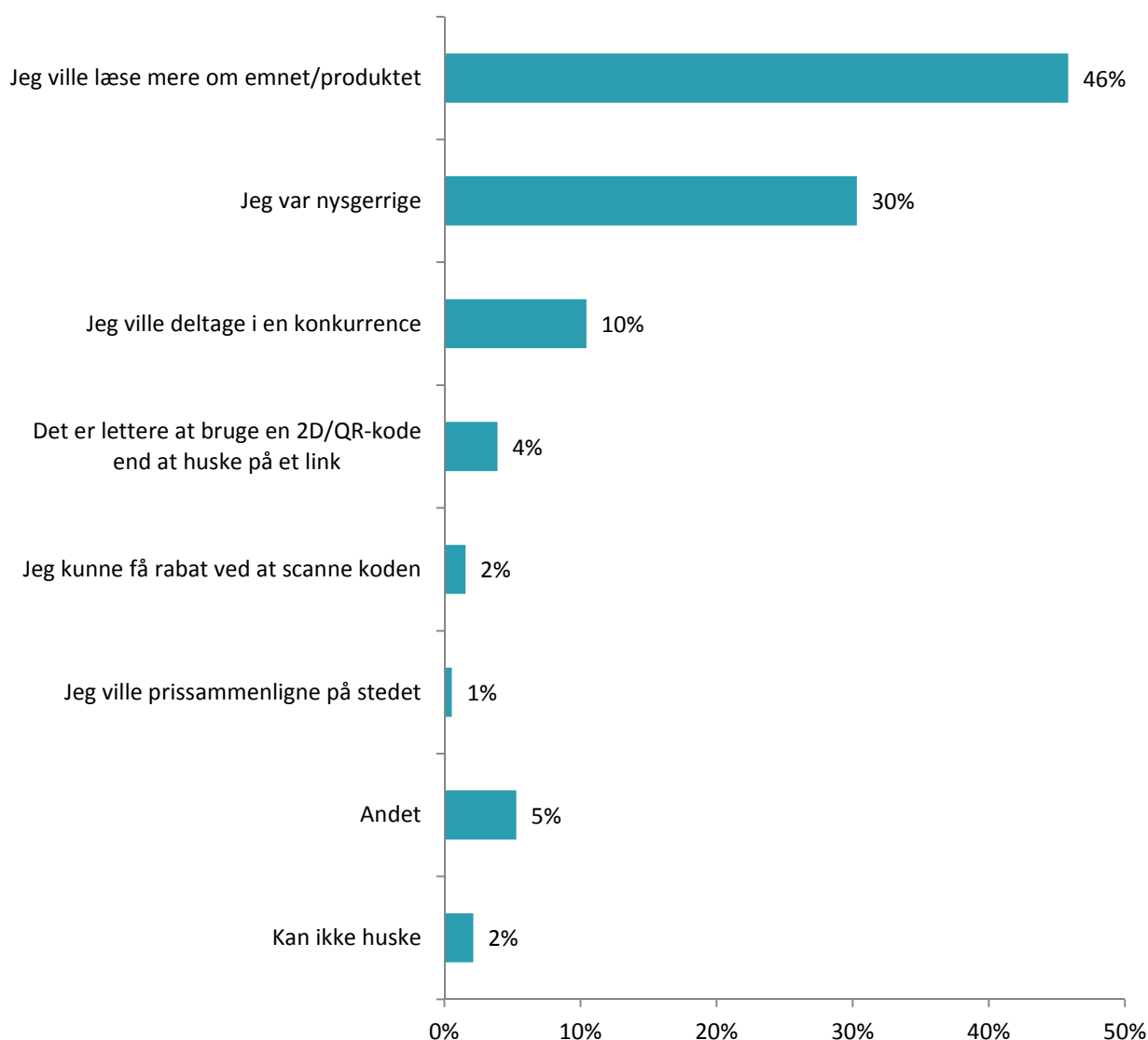
Spørgsmålsformulering: *Hvor befandt du dig, da du scannede 2D/QR-koden?*

Dette spørgsmål er kun stillet til de personer, som har scannet en 2D/QR-kode inden for den seneste måned. Vær derfor opmærksom på det lavere antal respondenter.

Hvorfor scanner danskerne 2D/QR-koder?

Blandt de, der scannede en 2D/QR-kode inden for seneste måned, ønskede 46 pct. at læse mere om emnet/produktet, mens 30 pct. var nysgerrige.

Der var 10 pct., som ville deltage i en konkurrence. 2D/QR-koder ser ud til at forbinde offline og online markedsføring på en konstruktiv måde.



Antal besvarelser: 574

Spørgsmålsformulering: *Hvorfor scannede du 2D/QR-koden?*

Spørgsmålet er kun blevet stillet til personer, som har scanneret en 2D/QR-kode inden for den seneste måned. Vær derfor opmærksom på det lavere antal respondenter.

Den anvendte metode

Undersøgelsen er foretaget kvartalsvis i 2010, 2011 og 2012 blandt Epinions Danmarkspanel. Panelet indeholder mere end 150.000 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 danskere, som handler på internettet.

Der er i alt gennemført 5.023 interview i 2010, 4.484 interview i 2011 og 4.721 i 2012. Det betyder, at den statistiske usikkerhedsmargen (konfidensinterval) ved de fleste spørgsmål er 2-4 pct., hvilket svarer til gængse valgundersøgelser.

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