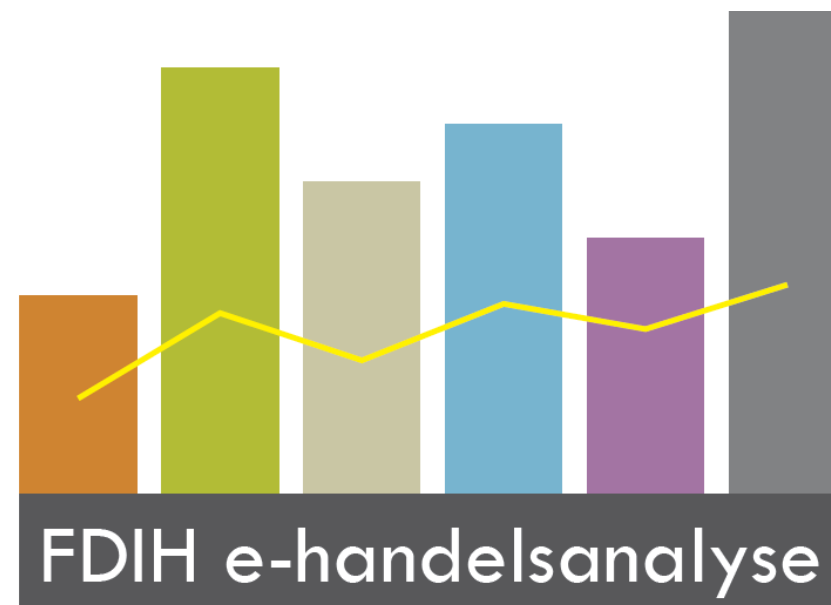


Årsrapport 2016

Gratis for medlemmer af FDIH
Pris ikke-medlem: kr. 3.995,- ex. moms

Copyright © 2017 FDIH



FDIH e-handelsanalyse

postnord



w | Wilke

E-handel i 2016 rundede 100 mia. kr.

Danskernes lyst til e-handel er usvækket, og igen i 2016 så vi en massiv stigning i e-handlen på 16 %, så danskerne brugte lige over 100 mia. kr. på nettet.

Inden vi skåler på det gode resultat, så husk på, at der også er en dråbe malurt i bægeret. Væksten i de danske netbutikkers salg steg nemlig mindre end væksten i danskernes køb i udlandet.

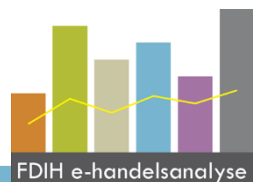
Så efter et par års pause, øger de udenlandske netbutikker nu deres markedsandel. Det er et klart signal til dansk e-handel om, at vi hele tiden skal blive dygtigere for at tiltrække og fastholde danske kunder over for presset fra udlandet. Og dermed blive bedre til at eksportere via nettet.

De danske forbrugere er "heldigvis" rigtig gode til at holde os skarpe, for de udvikler sig hele tiden. Analysen dokumenterer både små og store forandringer i betalinger, levering, vejen til nye køb, brugen af mobile enheder og meget mere.

Det er de forandringer, vi skal forholde os til, hvis vi vil bevare hjemmebanefordelen og sikre os en sejr i kampen om danske og udenlandske e-handelskunder.



Niels Ralund
Adm. direktør



postnord



w | Wilke

97 % af danskerne bruger nettet, før de træffer beslutning om et køb online. Det er sjældent (3%), at kunden tjekker i en fysisk butik for efterfølgende at købe varen på nettet

Knap 32% af handlerne på nettet i 2016 skete i en udenlandsk netbutik

E-handlens andel af danskernes forbrug vokser, så 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 sker via e-handel

Den stigende tendens med flere storshoppere er fortsat i 2016.

Danskernes e-handel steg i 2016 med 10% i antal af handler og 16% i det totale forbrug

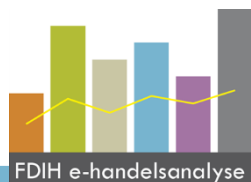
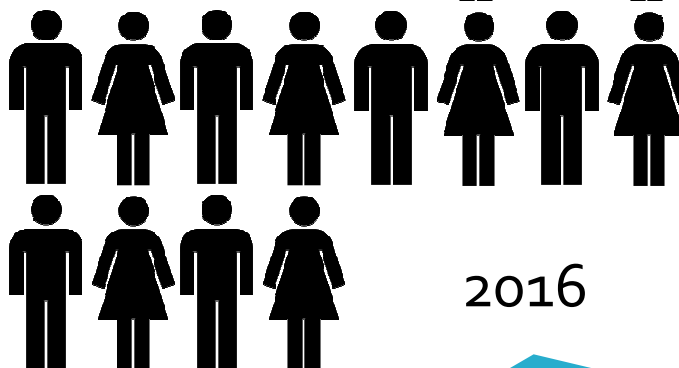
De midaldrende (51-64 år) er den gruppe, som bruger mest på e-handel selvom de kun er den tredjestørste gruppe målt på andel af handler.

E-handlen voksede til 101 mia. kr. i 2016. En fremgang på 13,8 mia. kr. fra 2015 til 2016. Der var fremgang i alle kategorierne.

54% af de internethandelnde handlede minimum 3-4 gange pr. mdr. i 2016.

Forbruget via e-handel skulle for første gang i en måned skrives med 11 cifre, da decemberforbruget ramte 10.512.000.000 kr.

14.855
respondenter



postnord



W | Wilke

Selv-henter koncepterne vinder frem og forbrugerne henter nu selv 43% af pakkerne

Varer bliver i 39% af tilfældene undersøgt via mobile enheder, mens 29% købes

Internethandel i Danmark har i snit en returrate på 3,8%

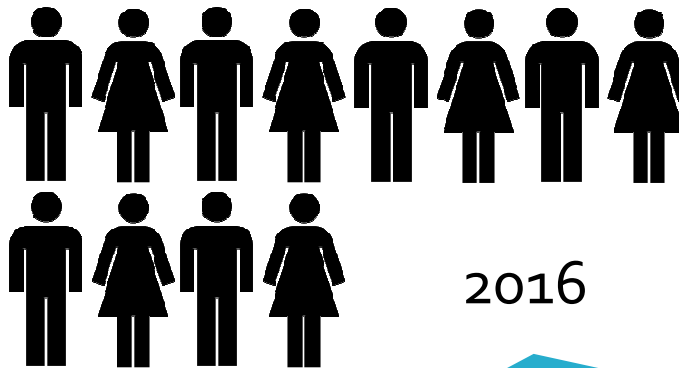
Søgemaskiner er fortsat det redskab, flest danskere har brugt til at få kendskab til netbutikker

25% af handlerne på nettet i 2016 er impuls køb.

Tøj, Sko og Smykker har den højeste returrate med 8%

28% af danskere med smartphone eller tablet handler minimum 5 gange om måneden på deres smartphone eller tablet.

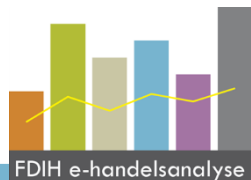
14.855
respondenter



Børnefamilierne øger deres brug af mobile enheder, så 41% af deres køb i 2016 er sket med en smartphone eller tablet.

6 ud af 10 af danskernes betalinger på nettet sker med et Dankort.

29% af de unge finder deres netbutik gennem anbefalinger fra omgangskredsen samt de sociale medier.



postnord



W | Wilke

Rejser er årets største kategori med et salg på på knapt 24 mia. kr. Knapt hver fjerde krone i nethandel går til rejser

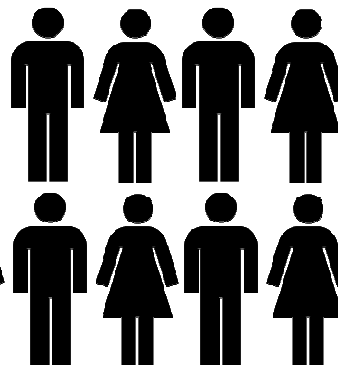
Større vareudbud og lave priser holder gang i den digitale grænsehandel.

Andelen af fysiske varer solgt på nettet, udgjorde i 2016 76 % af samtlige handler.

Tøj, Sko & Smykker er fortsat det mest købte på internettet og stod i 2016 for knap hver 5. handel

Mobilbetalinger øger sin andel i e-handlen, fra 0 % i 2013 til 3% i 2016

14.855
respondenter



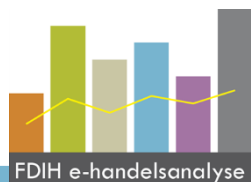
24% af alle bolig & havekøb samt 23% af alle online rejsekøb indebærer en direkte kontakt med netbutikken

Største relative fremgang i 2016 står dagligvarer for, med en fremgang på knap 2 mio. handler til næsten 11 mio. Fremgangen svarer til en vækst på 22% vækst, målt på antal handler.

Knapt halvdelen (44%) af samtlige handler i Tøj, sko & smykker samt Film, musik, bøger spil og legetøj sker i udlandet

2016

Køb med mobile enheder indenfor kategorien Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud er steget med 36% i 2016.



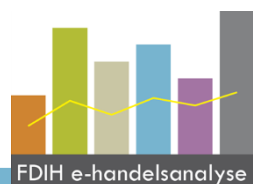
postnord



W | Wilke

Indholdsfortegnelse

| | |
|-------------------------------------|----------|
| Forord og formål | Side 2 |
| De vigtigste resultater i kort form | Side 3-5 |
| Udvikling i E-handel 2016 | Side 7 |
| Handler, varer, priser og forbrug | Side 12 |
| E-handel i udlandet | Side 29 |
| Betaling, levering og returnering | Side 39 |
| Omni-channel e-handel | Side 49 |
| E-handel via mobile enheder | Side 60 |
| Om analysen | Side 66 |



postnord



w | Wilke



UDVIKLING I E-HANDEL 2016

Omsætning, antal handler, fordeling mellem on- og offline handel og e-handel pr. måned



postnord



w | Wilke

Udvikling i dansk e-handel

I 2016 blev der samlet set e-handlet 162 mio. gange med et samlet forbrug på 100,7 mia. kr., svarende til en stigning på hhv. 10% og 16 % i forhold til 2015.

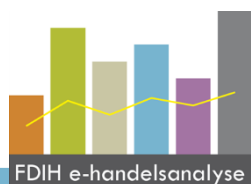
Danskernes samlede køb online i udlandet udgør nu rekordhøje 32,4 mia. Det udenlandske forbrug er dermed steget godt 20% og markant over væksten på 13,7% i de danske netbutikker. Det er en grænsehandel, som kan mærkes i såvel e-handel som fysisk detailhandel.

Danskernes e-handel steg med 10% i antal af handler og 16% i det totale forbrug

| | Antal handler (mio.) | Antal handler (årlig udvikling) | Forbrug (mia. kr.) | Forbrug (årlig udvikling) |
|------|----------------------|---------------------------------|--------------------|---------------------------|
| 2010 | 63 | +31% | 40 | +25% |
| 2011 | 76 | +21% | 46 | +15% |
| 2012 | 90 | +18% | 54,7 | +19% |
| 2013 | 106 | +18% | 62,4 | +14% |
| 2014 | 127 | +20% | 73,7 | +18% |
| 2015 | 148 | +16% | 86,9 | +18% |
| 2016 | 162 | +10% | 100,7 | +16% |

| | Forbrug i Danmark (mia. kr.) | Forbrug i Danmark (årlig udvikling) | Forbrug i udlandet (mia. kr.) | Forbrug i udlandet (årlig udvikling) |
|------|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| 2013 | 45,2 | +7,3% | 17,1 | +36,3% |
| 2014 | 50,1 | +10,8% | 23,6 | +37,5% |
| 2015 | 60 | +19,8% | 26,9 | +14% |
| 2016 | 68,2 | +13,7% | 32,4 | +20,4% |

Kilde: FDIH estimat på baggrund af Nets Danmarks Dankort transaktioner, MobilePay samt FDIH e-handelsanalyse 2016



postnord



W | Wilke

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2017

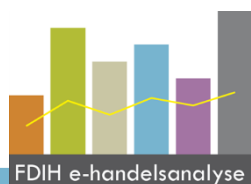
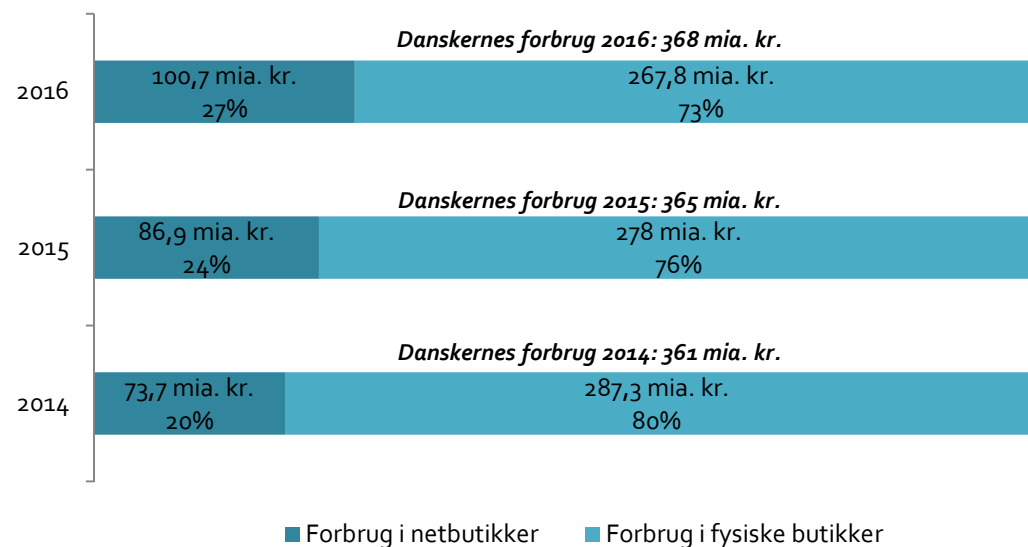
Side 8

Online - og offline forbrug

Danskernes samlede private forbrug indenfor analysens varekategorier er i 2016 på 368 mia. kr.

E-handlen på 101 mia. kr. af det samlede forbrug i 2016 viser, at der fortsat flyttes markedsandele fra fysisk handel til e-handlen, som udgør 27 % af det private disponible forbrug online.

E-handels andel af forbruget vokser, så 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 er e-handel



postnord



W | Wilke

Kilde: FDIH estimat på baggrund af seneste Forbrugerundersøgelse, FU, Danmarks Statistik samt FDIH e-handelsanalyse 2016
FU tal er rensset for udgifter til bolig/opvarmning, benzin og andet forbrug, der ikke er disponibelt eller internetomsætteligt.

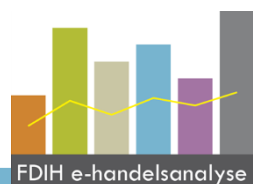
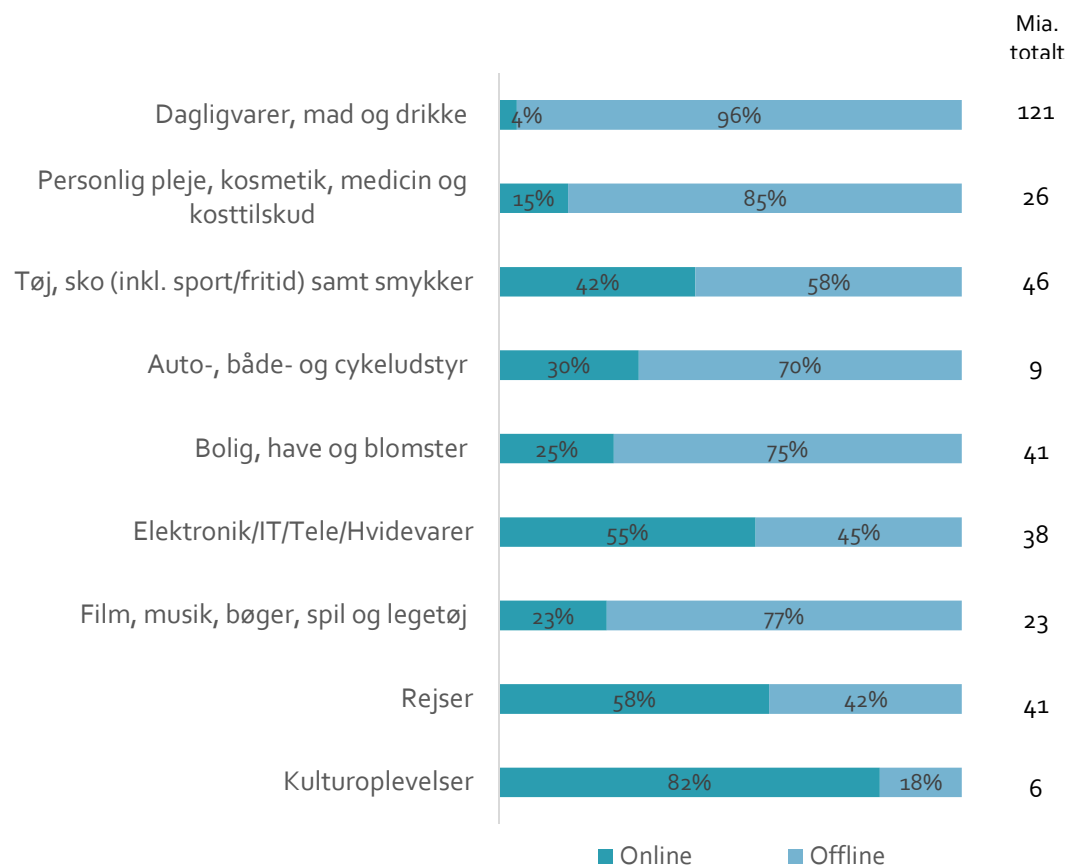
Online - og offline forbrug pr. varekategori

Der er markante forskelle i andelen af e-handel i de forskellige varegrupper ift. det samlede potentielle e-handelsforbrug.

Især *kulturoplevelser*, herunder køb af billetter til koncerter samt biograf, ligger med en markant høj digitaliseringsgrad og det samme gør sig gældende for *rejser*.

Den klart laveste andel onlineforbrug ligger fortsat i den største kategori: *Dagligvarer, mad og drikke*.

Der er fortsat et enormt potentiale for e-handlerne i Dagligvarer, mad og drikke, trods den relativt store vækst i 2016.



postnord



W | Wilke

Kilde: FDIH estimat på baggrund af Forbrugerundersøgelsen, FU, Danmarks Statistik samt FDIH e-handelsanalyse 2016
Faste boligudgifter, benzin og lign. Ikke-internetomsættelige varegrupper indgår ikke.

Side 10

Copyright FDIH © 2017

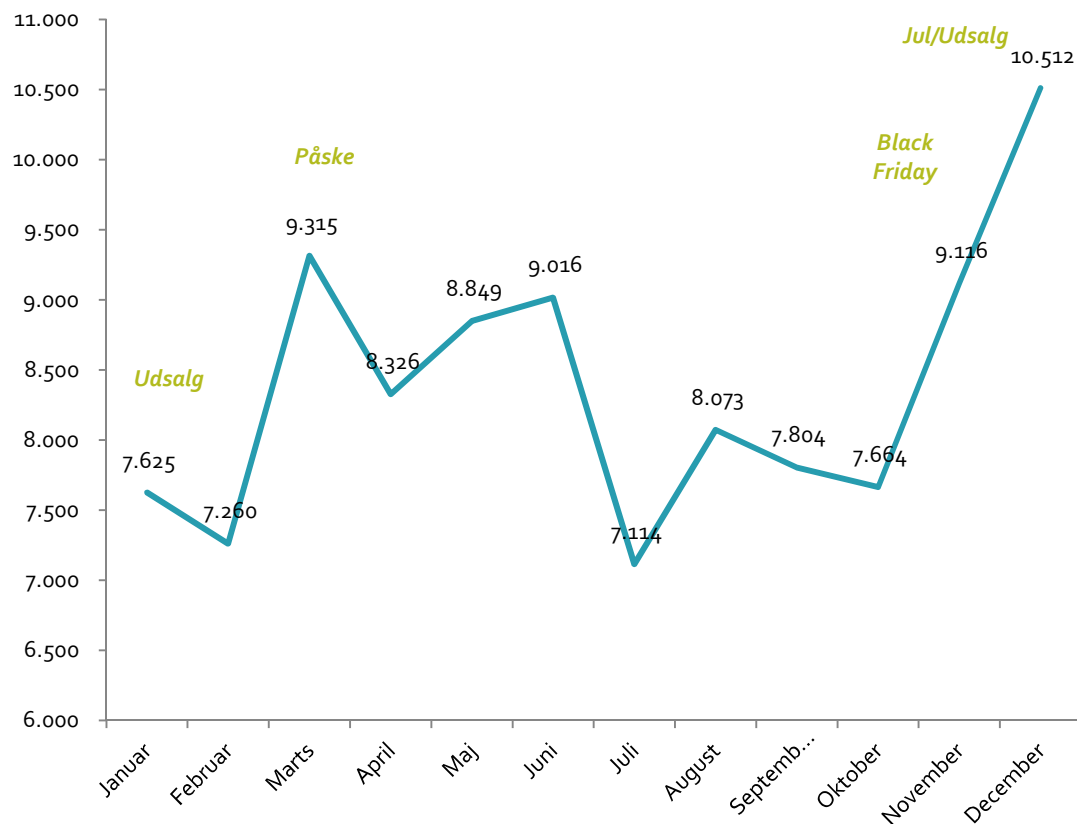
E-handelsforbrug pr. måned i 2016

Dansk e-handel landede på 100,7 mia. kr. i 2016 og figuren viser fordelingen af forbruget hen over året.

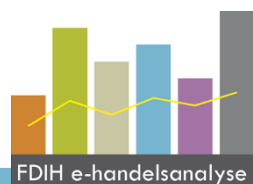
December 2016 nåede op på rekordhøje 10,5 mia. og samtidig voksede forbruget markant i november ifm Black Friday.

Marts var den næststørste måned i 2016, hvilket primært skyldes rejsekøb over 3 mia. kr. og naturligvis et stort forbrug i forbindelse med påsken.

Forbruget skulle for første gang skrives med 11 cifre i en måned i december, hvor forbruget ramte 10.512.000.000 kr.



Kilde: FDIH estimat på baggrund af Nets Danmarks Dankort transaktioner på nettet 2016 samt FDIH e-handelsanalyse 2016



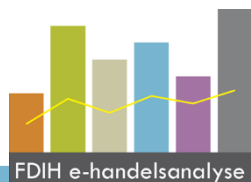
postnord



w | Wilke

HANDLER, VARER, PRISER OG FORBRUG

Danskernes handelshyppighed og forbrug fordelt på kategorier, befolkningsgrupper, top 20 butikker, gennemsnitspriser og NPS score



postnord



w | Wilke

Handelsfrekvens

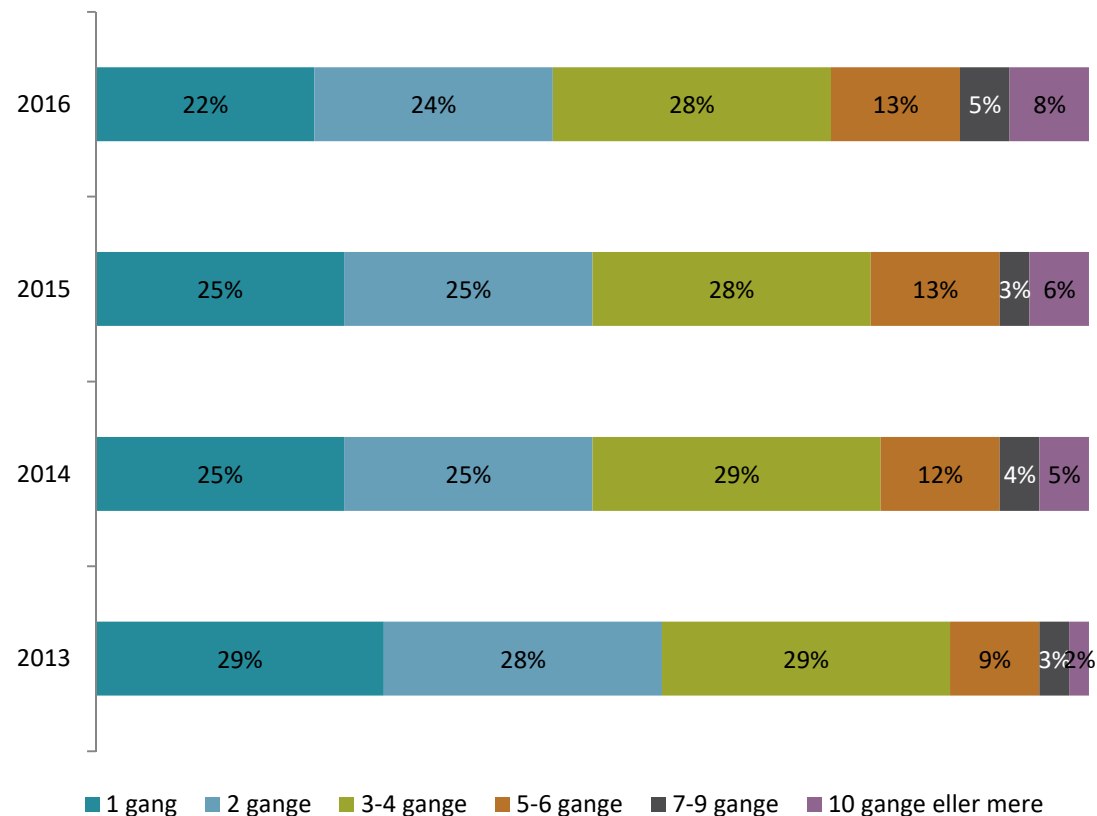
Vi ser en stigning i handelsfrekvensen for 2016 sammenlignet med 2015.

I 2016 har kun 22% handlet 1 gang om måneden mod 25% i 2015.

Til gengæld har hele 8% handlet 10 gange eller mere sammenlignet med 6% i 2015.

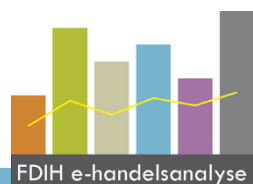
Den stigende tendens med flere storshoppere fra tidligere år er fortsat i 2016.

54% af de internethandelnde handlede minimum 3-4 gange pr. mdr. i 2016.



2016 14.855 besvarelser

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



postnord

MobilePay
by Armasoft

W | Wilke

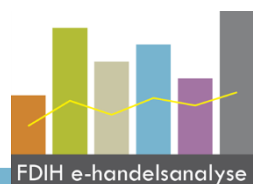
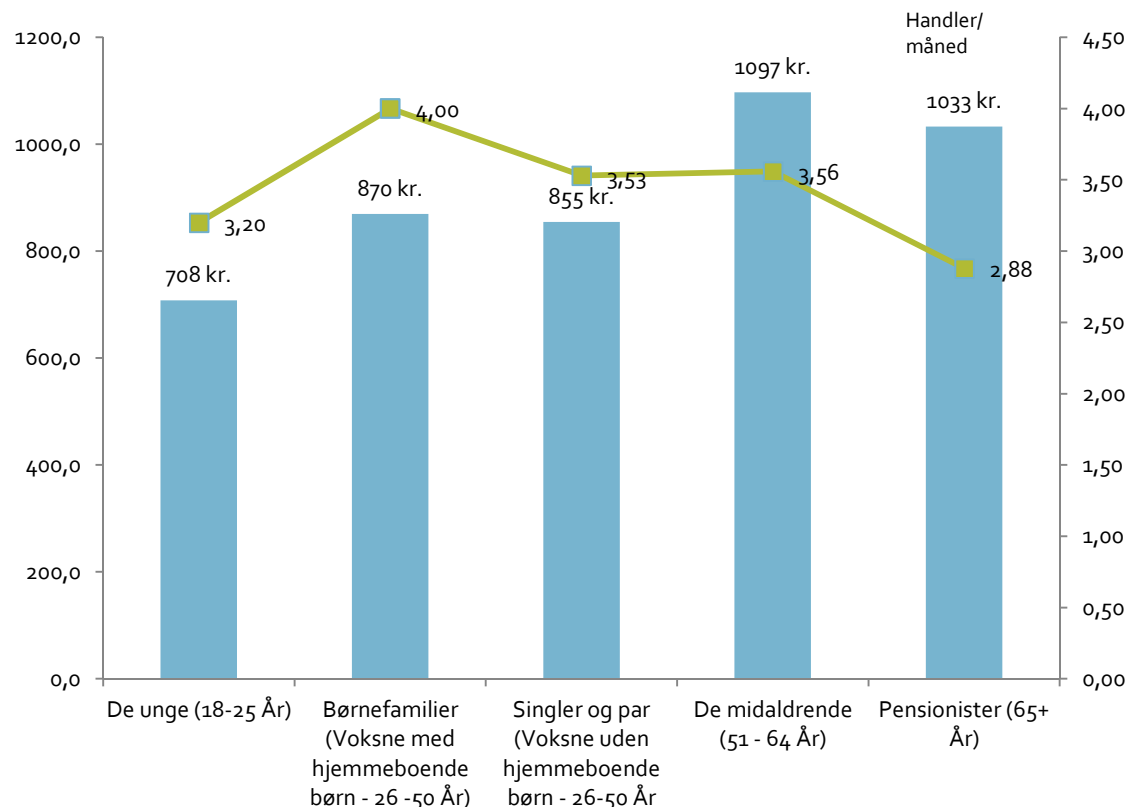
Handelshyppighed og forbrug pr. befolkningsgruppe

Børnefamilierne er de mest aktive handlende på nettet; de handler i gennemsnit 4 gange om måneden.

Forbrugere 51+år står for det største forbrug, mens pensionister har et højt gennemsnitskøb, men til gengæld færre transaktioner pr. måned.

De unge har den mindste købekraft, og dette afspejles også ved, at de har det laveste forbrug pr. handel.

Børnefamilierne er de mest ivrige e-handlere, mens de midaldrende 51-64 år bruger flest penge pr. handel



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

Andel af handler og forbrug pr. befolkningsgruppe.

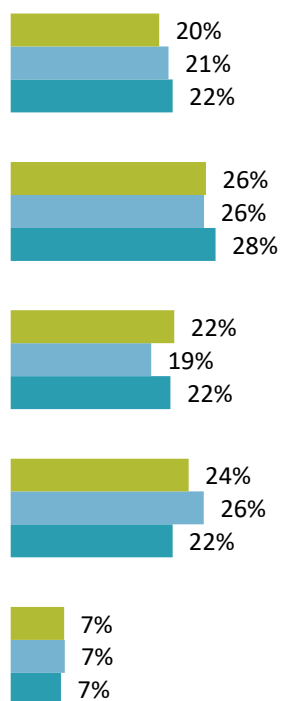
Det er fortsat børnefamilierne, der er mest aktive kunder i netbutikkerne.

Børnefamilierne og de midaldrende står for halvdelen af omsætningen og handlerne i 2016 ligesom i 2015.

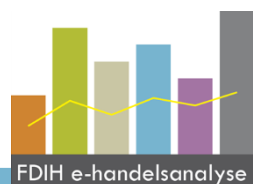
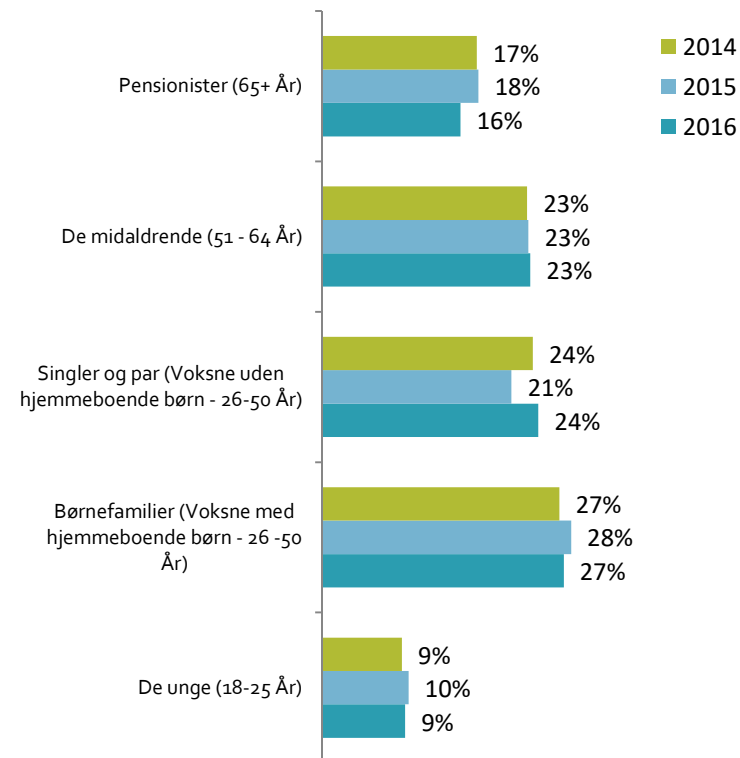
Børnefamilierne står for næsten den samme andel af handlerne, men er gået ned i andel af forbruget sammenlignet med 2015

De midaldrende er den gruppe, som bruger mest på e-handel selvom de kun er den tredjestørste gruppe målt på andel af handler.

Andel af forbrug



Andel af handler



postnord



W | Wilke

2016 14.855 besvarelser



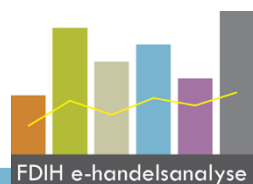
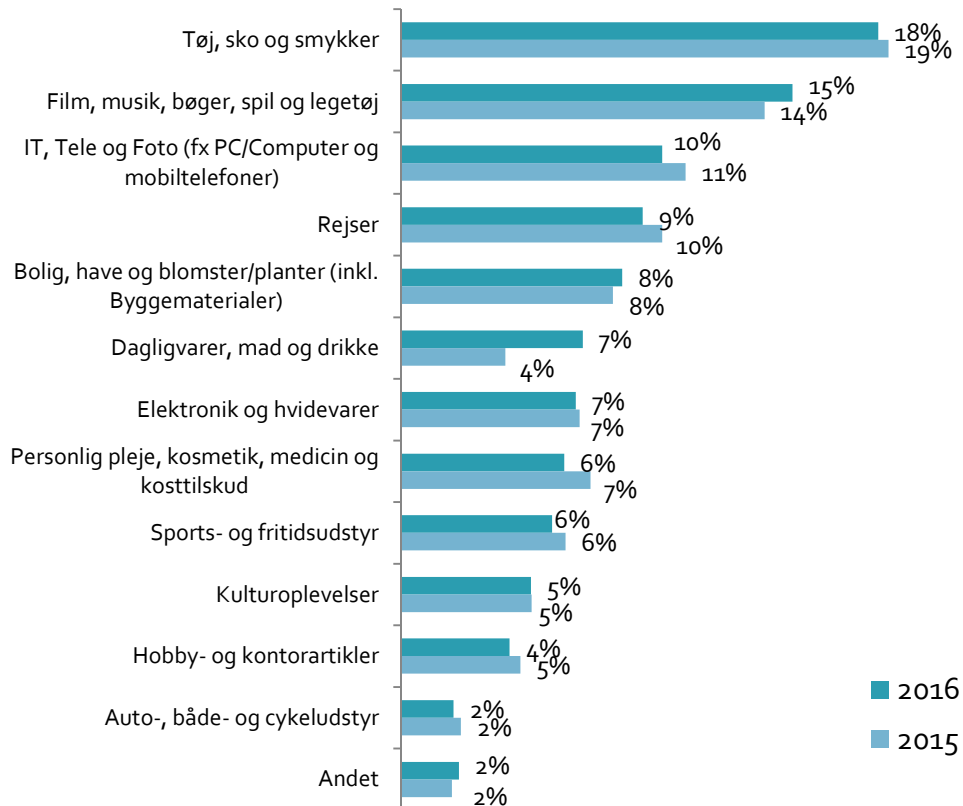
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

Andel af handler pr. kategori pr. år

Tøj, Sko & Smykker er fortsat de oftest købte varer på internettet, men andelen faldt marginalt fra 2015 til 2016.

Der har været stigninger i kategorierne *Dagligvarer, mad og drikke, Bolig, have og blomster/planter samt Film, musik, bøger, spil og legetøj* fra 2015 til 2016.


Tøj, Sko & Smykker er fortsat det mest købte på internettet og udgjorde i 2016 knap hver 5. handel.



postnord

MobilePay
by Armasia

w | Wilke

2016  14.855 besvarelser

 Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

Antal handler pr. varekategori

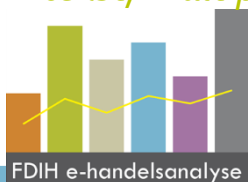
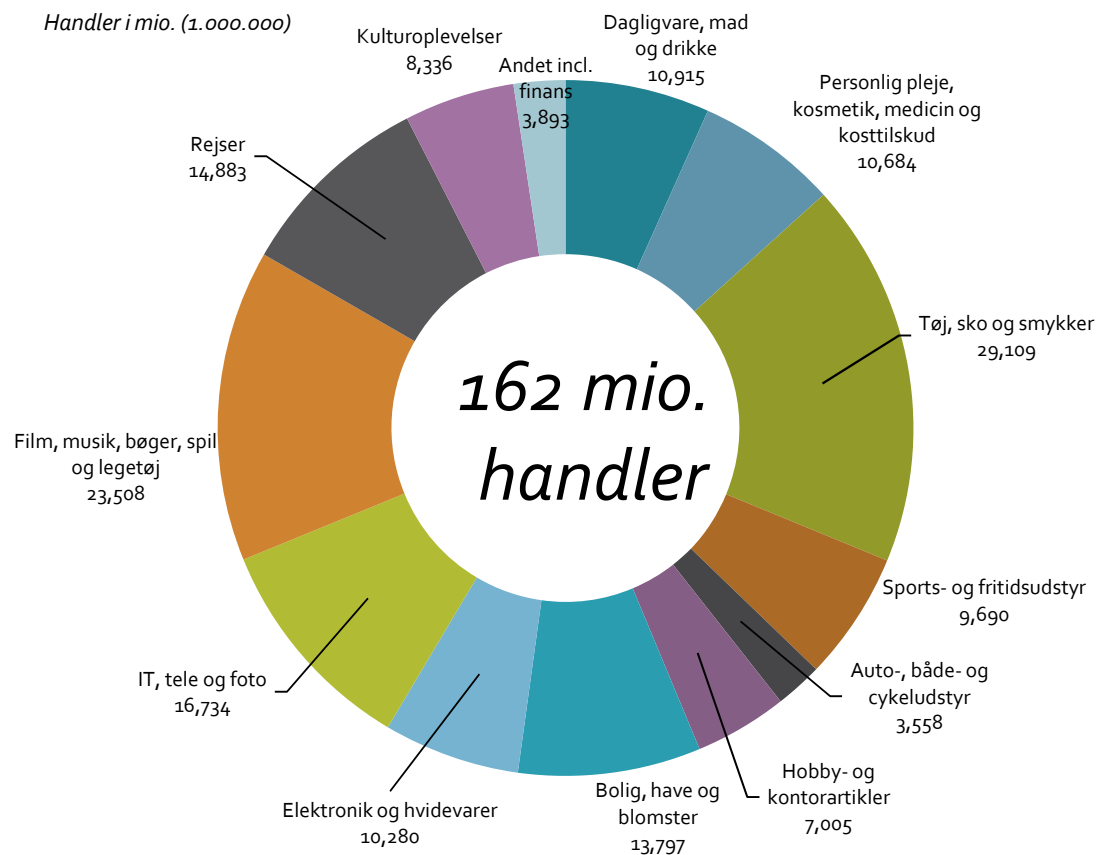
Målt på antal handler er *Tøj, Sko og Smykker* den største kategori med 29,1 mio. handler.

Film, musik, bøger, spil og legetøj er næststørst med 23,5 mio. handler, mens *IT, tele og foto* kommer ind på en tredjeplads med 16,7 mio. handler.

Målt på kroner er *Rejser* den største kategori, mens den målt på handler "blot" er fjerdestørst med 14,9 mio. handler.

Største relative fremgang står dagligvarer for, med en fremgang på knap 2 mio. handler til næsten 11 mio. Fremgangen svarer til en vækst på 22% vækst, målt på antal handler.

Handler i mio. (1.000.000)



postnord



W | Wilke



14.982 besvarelser



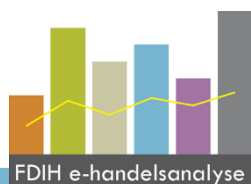
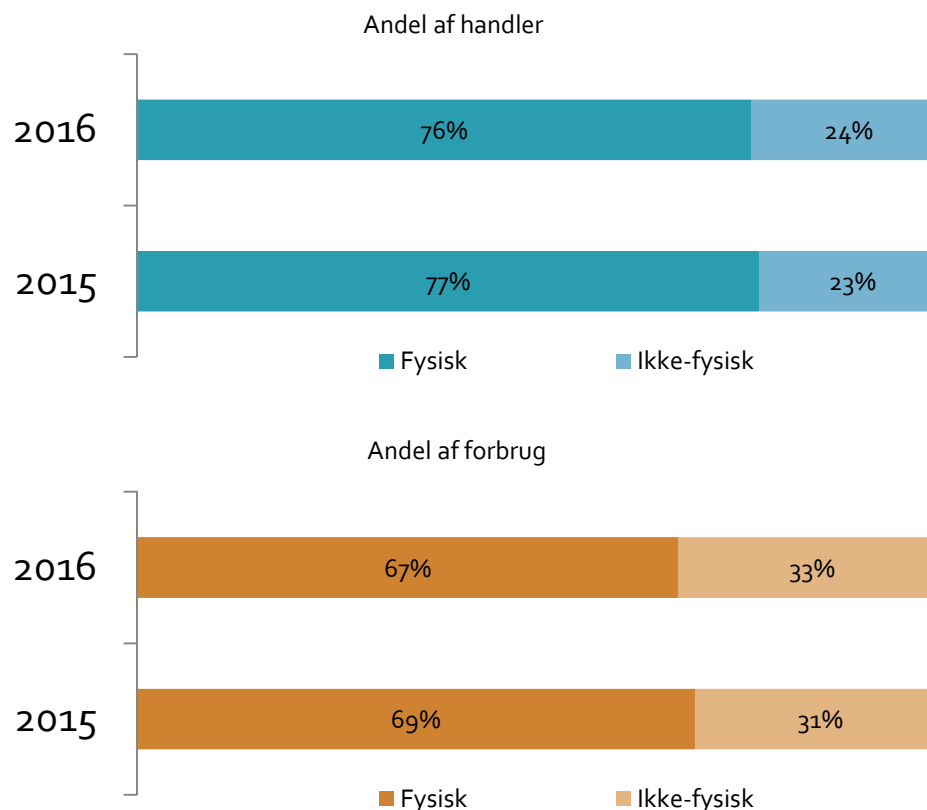
Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

Fysiske vs. ikke fysiske varer

3 ud af 4 køb drejer sig om fysiske varer. Selv om der er sket en marginal stigning i andelen af ikke-fysiske varer siden 2015, både i andel af handler og andel af forbrug.

De ikke-fysiske varer, som rejser og koncertbilletter, har typisk en højere gennemsnitspris pr. handel, og deres andel af forbruget målt i kroner og ører udgør derfor en større del (33%) end deres andel af handlerne (24%).

Andelen af fysiske varer solgt på nettet, udgjorde i 2016 76 % af samtlige handler.



postnord



w | Wilke

2016 14.855 besvarelser



Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet?
Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?

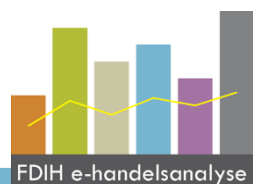
Varer og priser

I gennemsnit blev der i 2016 brugt 938 kr. pr. handel, på tværs af alle varekategorier. Dette svarer til et marginalt fald på 5 kr. pr. handel.

Rejser samt It, tele og foto oplever dog en stigning i gennemsnitspriserne, hvilket også gælder for varer grupperet under "Andet".

Gennemsnitsprisen pr. handel er faldet marginalt fra 943 til 938 i 2016.

| | | 2016 | 2015 | Index |
|---|------------|------|------|-------|
| Dagligvarer, mad og drikke | Gennemsnit | 537 | 647 | 83 |
| | Median | 477 | 480 | 99 |
| Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud | Gennemsnit | 508 | 561 | 91 |
| | Median | 441 | 400 | 110 |
| Tøj, sko og smykker (voksen og barn) | Gennemsnit | 641 | 692 | 93 |
| | Median | 520 | 500 | 88 |
| Sports- og fritidsudstyr | Gennemsnit | 672 | 818 | 82 |
| | Median | 565 | 578 | 98 |
| Auto-, både- og cykeludstyr | Gennemsnit | 966 | 1099 | 88 |
| | Median | 630 | 520 | 121 |
| Hobby- og kontorartikler | Gennemsnit | 408 | 596 | 68 |
| | Median | 313 | 333 | 94 |
| Bolig, have og blomster | Gennemsnit | 961 | 1237 | 78 |
| | Median | 587 | 590 | 99 |
| Elektronik og hvidevarer | Gennemsnit | 1180 | 1319 | 89 |
| | Median | 600 | 600 | 100 |
| IT, tele og foto | Gennemsnit | 884 | 831 | 106 |
| | Median | 343 | 350 | 98 |
| Film, musik, bøger, spil og legetøj | Gennemsnit | 291 | 400 | 73 |
| | Median | 241 | 300 | 108 |
| Rejser | Gennemsnit | 3549 | 3428 | 104 |
| | Median | 2000 | 1995 | 100 |
| Kulturoplevelser | Gennemsnit | 682 | 706 | 97 |
| | Median | 500 | 590 | 85 |
| Andet | Gennemsnit | 774 | 637 | 122 |
| | Median | 420 | 450 | 93 |



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

Side 19

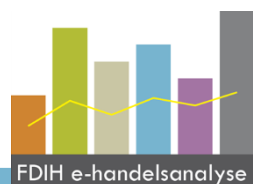
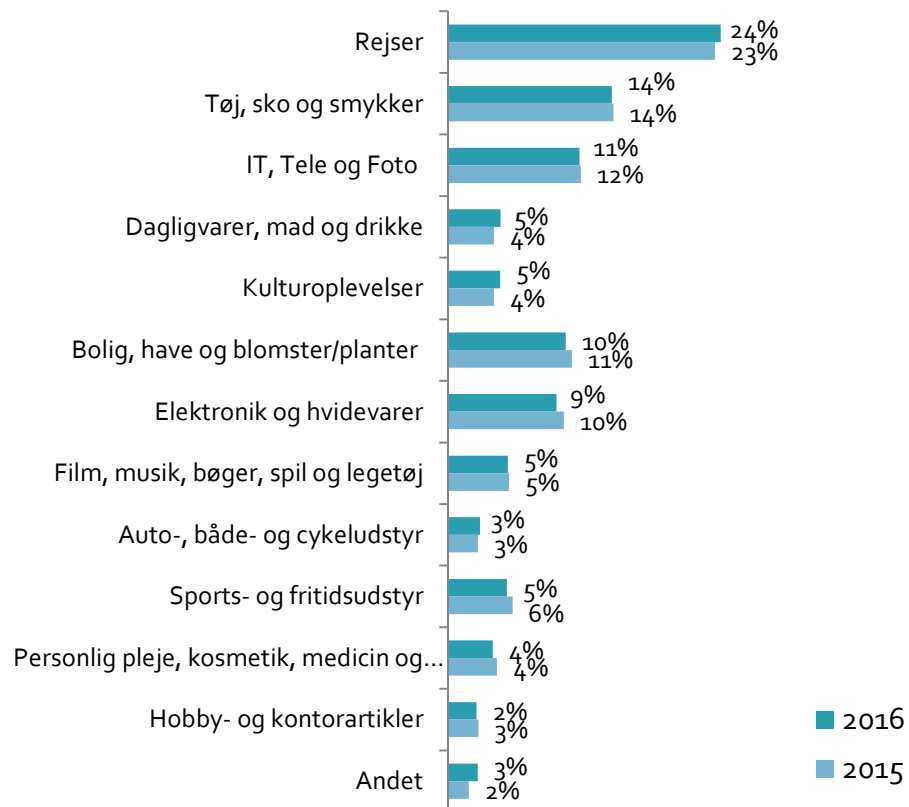
Copyright FDIH © 2017

Andel af forbrug pr. varekategori

Rejser udgør den største del ift. andelen af forbruget og andelen er steget marginalt i 2016; tæt på hver fjerde forbrugskrone på nettet går således til kategorien rejser.

Der er også en relativ fremgang på kategorien *Dagligvarer, mad og drikke*, men ellers er forbruget på tværs af kategorierne steget nogenlunde i takt med e-handlens vækst i 2016.


Rejser står for knapt hver fjerde krone (24%), som danskerne bruger på nethandel.



postnord

MobilePay
by Armasia

w | Wilke

2016  14.855 besvarelser

? Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?

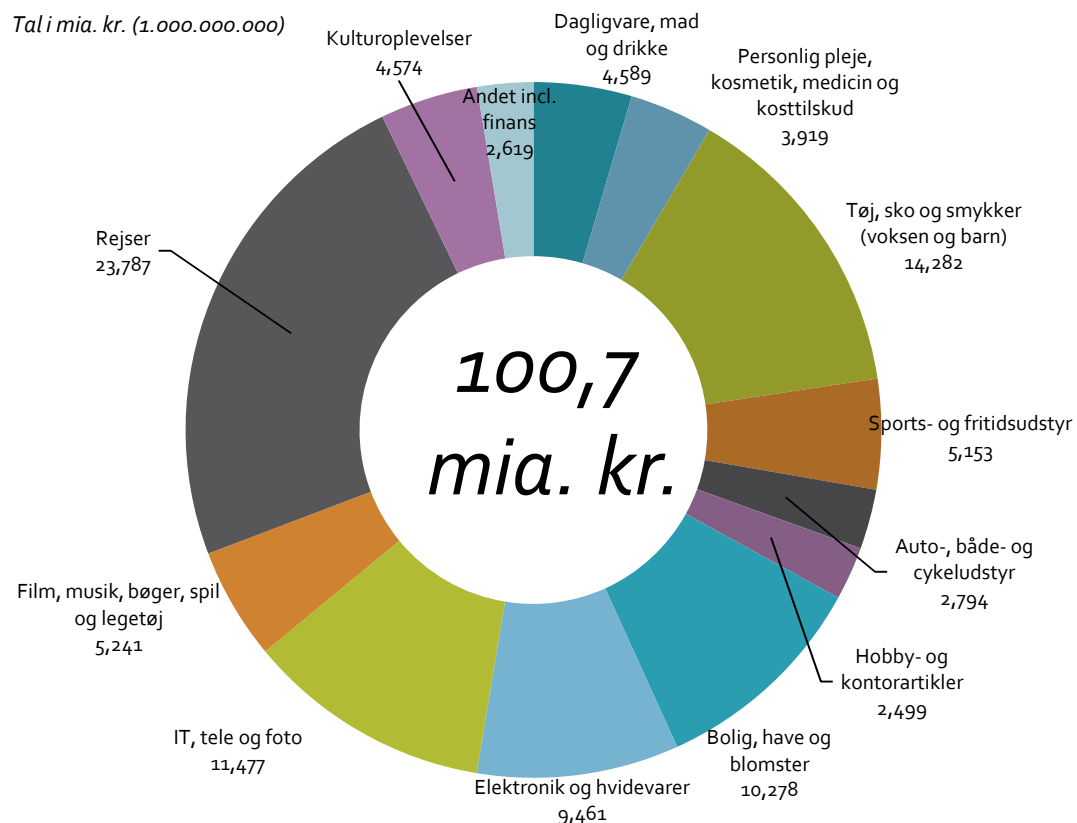
Forbrug pr. varekategori 2016

2016 var endnu et godt år for dansk e-handel, der landede et samlet forbrug på 100,7 mia. kr. svarende til en fremgang på 16% ift. 2015.

Årets største kategori målt i kroner er *Rejser* med et forbrug på 23,8 mia. *Tøj, Sko & Smykker* er med 14,3 mia. kr. nummer 2. Relativt er det dog dagligvarer, der er vokset mest som kategori.

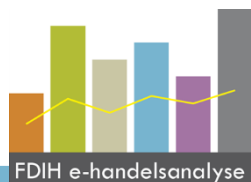
Årets største kategori er Rejser med et forbrug på 23,8 mia. kr., mens Tøj, Sko & Smykker med et forbrug på 14,3 mia. kr. er nummer 2.

Tal i mia. kr. (1.000.000.000)



14.982 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?



postnord



W | Wilke

Udvikling i kategoriomsætning

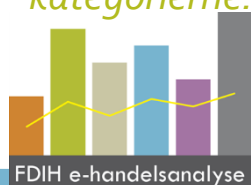
E-handel i Danmark voksede med 13,785 mia. kr. fra 2015 til 2016, svarende til en vækst på ca. 16 %.

Målt i kroner var fremgangen størst i *Rejser*, med en stigning på 3,7 mia. kr.

Tøj, sko og smykker nåede en vækst på 1,8 mia. kr., mens IT, tele og foto lagde 1,5 mia. kr. på toppen.

Dagligvarer, mad og drikke øgede omsætningen med knapt 1,1 mia. eller knap 1/3 (32%) ift. 2015.

E-handlen voksede med 13,8 mia. kr. fra 2015 til 2016. Der var fremgang i alle kategorierne.



postnord



W | Wilke

14.982 besvarelser



Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?



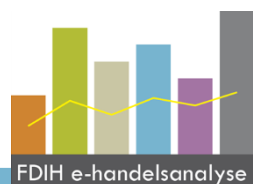
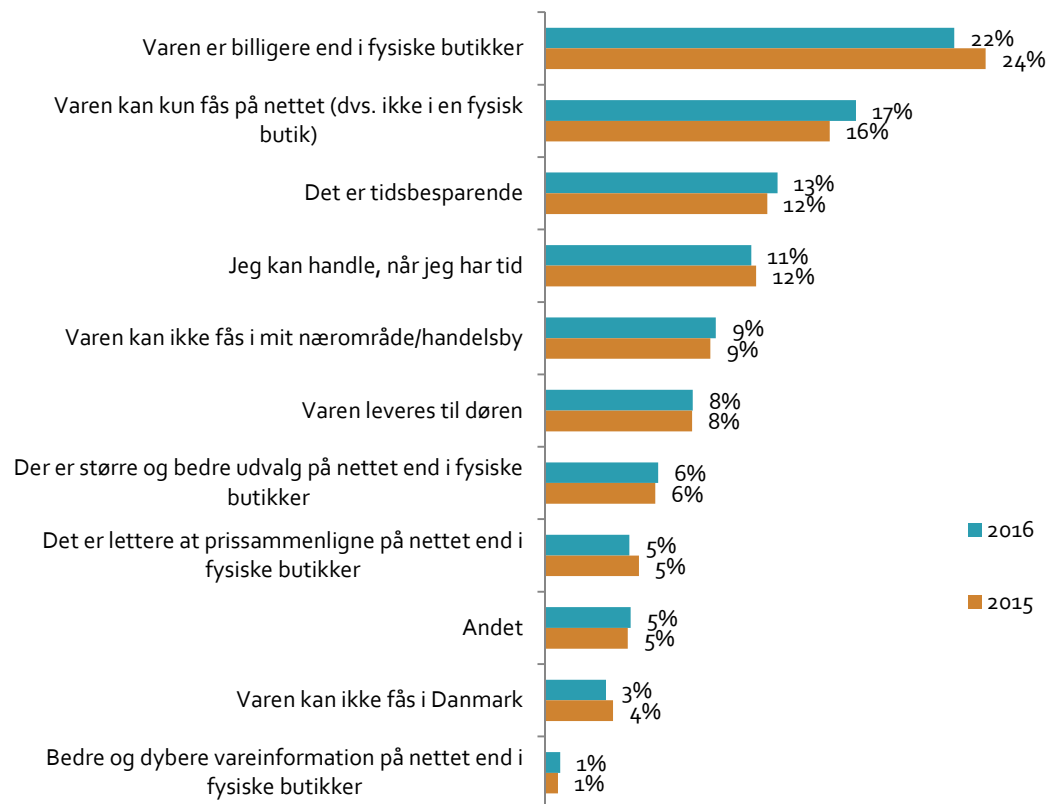
Primære årsag til e-handel

For hver 3. køb (32 %) er det bekvemmelighedsfaktorer, der er årsagen til køb på nettet: sparet tid (13%), valgfrihed af tidspunkt (11%) og levering til døren (8%), som årsagen til køb på nettet.

32% købte på nettet, fordi det tilgængelige udvalg er større.

22 % har billigere priser som årsag til at den konkrete vare blev købt på nettet fremfor i en fysisk butik – lidt mindre end de 24%, der havde det som primære årsag i 2015.

Danskerne vælger nettet på grund af bekvemmelighed, større udvalg og pris.



postnord



W | Wilke

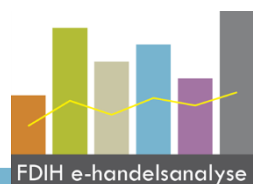
14.981 besvarelser



Hvad var den primære årsag til, at du valgte at købe denne vare på internettet?

Den primære årsag til at købe varierer fra kategori til kategori

| | Auto-, både- og cykeludstyr | Bolig, have og blomster /planter | Dagligvarer mad og drikke | Elektronik og hvidevarer | Film, musik, bøger, spil og legetøj | Hobby- og kontor- artikler | IT, Tele og Foto | Kultur-oplevelser | Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud | Rejser | Sports- og fritids-udstyr | Tøj, sko og smykker | Andet incl. Finans |
|---|-----------------------------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------------------|------------------|-------------------|---|--------|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Varen kan kun fås på nettet (dvs. ikke i en fysisk butik) | 7% | 13% | 9% | 7% | 25% | 11% | 21% | 31% | 15% | 25% | 10% | 13% | 27% |
| Det er tidsbesparende | 7% | 9% | 18% | 10% | 13% | 8% | 11% | 29% | 9% | 6% | 30% | 21% | 16% |
| Varen er billigere end i fysiske butikker | 40% | 24% | 10% | 35% | 19% | 31% | 28% | 5% | 39% | 23% | 9% | 9% | 15% |
| Varen kan ikke fås i mit nærområde/handelsby | 9% | 12% | 7% | 8% | 8% | 17% | 6% | 7% | 8% | 18% | 10% | 16% | 10% |
| Jeg kan handle, når jeg har tid | 7% | 10% | 5% | 10% | 9% | 9% | 10% | 17% | 8% | 4% | 12% | 13% | 8% |
| Andet | 2% | 6% | 10% | 3% | 5% | 2% | 3% | 5% | 3% | 4% | 8% | 11% | 8% |
| Varen leveres til døren | 10% | 12% | 37% | 9% | 6% | 8% | 6% | 1% | 5% | 0% | 9% | 5% | 6% |
| Varen kan ikke fås i Danmark | 4% | 2% | 1% | 2% | 5% | 5% | 2% | 2% | 5% | 1% | 4% | 5% | 4% |
| Lettere at prissammenligne på nettet end i fysisk butik | 6% | 5% | 1% | 9% | 3% | 3% | 6% | 2% | 3% | 13% | 4% | 3% | 3% |
| Større og bedre udvalg på nettet end i fysisk butik | 7% | 6% | 3% | 6% | 7% | 6% | 6% | 1% | 5% | 1% | 1% | 1% | 2% |
| Bedre og dybere vareinformation på nettet end i butik | 3% | 1% | 1% | 1% | 1% | 0% | 1% | 0% | 1% | 4% | 3% | 5% | 0% |



postnord



W | Wilke

14.982 besvarelser



Hvad var den primære årsag til, at du valgte at købe denne vare på internettet?

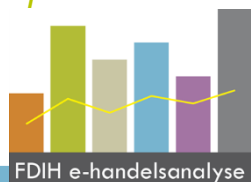
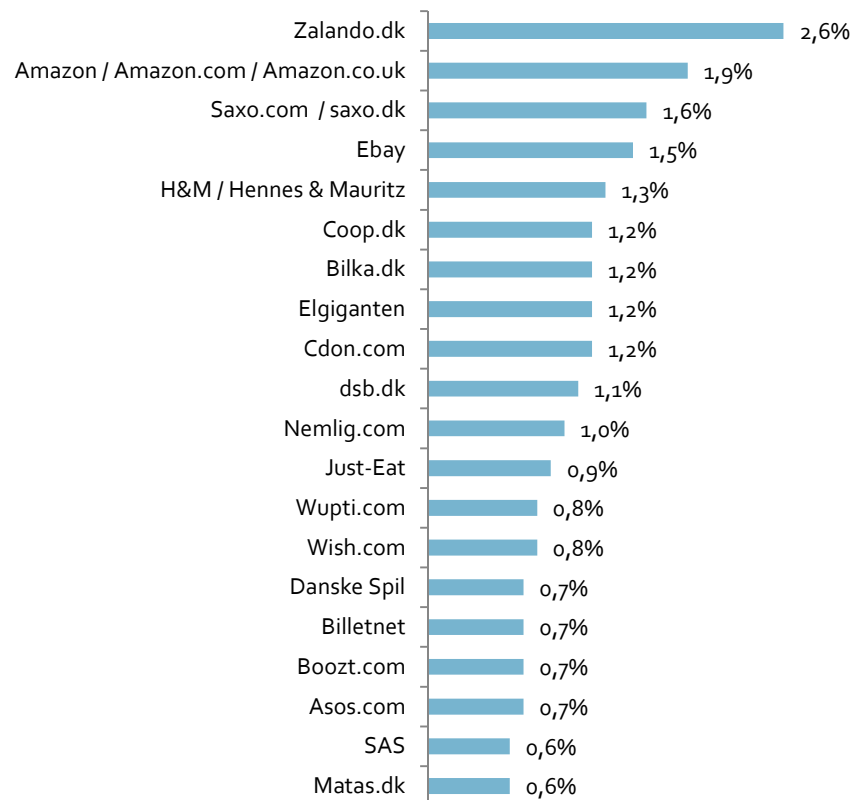
De 20 oftest brugte netbutikker

Zalando kommer styrket ud af 2016 og står for 2,6% af handlerne. Amazon rykker én plads frem og står for 1,7% af handlerne.

Årets højdespringer er Nemlig.com, der rykker fra sidste års 18. plads til en 11. plads i år og næsten har fordoblet brugen. De nye navne på listen er SAS, Danske Spil, Matas og Wish.

Top 10 netbutikker sidder på 14,8% af det samlede antal handler i 2016. Det er godt 1% mere end i 2015, hvor top 10 netbutikker udgjorde 13,7%.

Årets højdespringer er Nemlig.com, der rykker fra sidste års 18. plads til en 11. plads i år.



2016



14.855 besvarelser



Hvad hed netbutikken du senest handlede i?

postnord



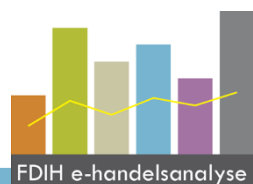
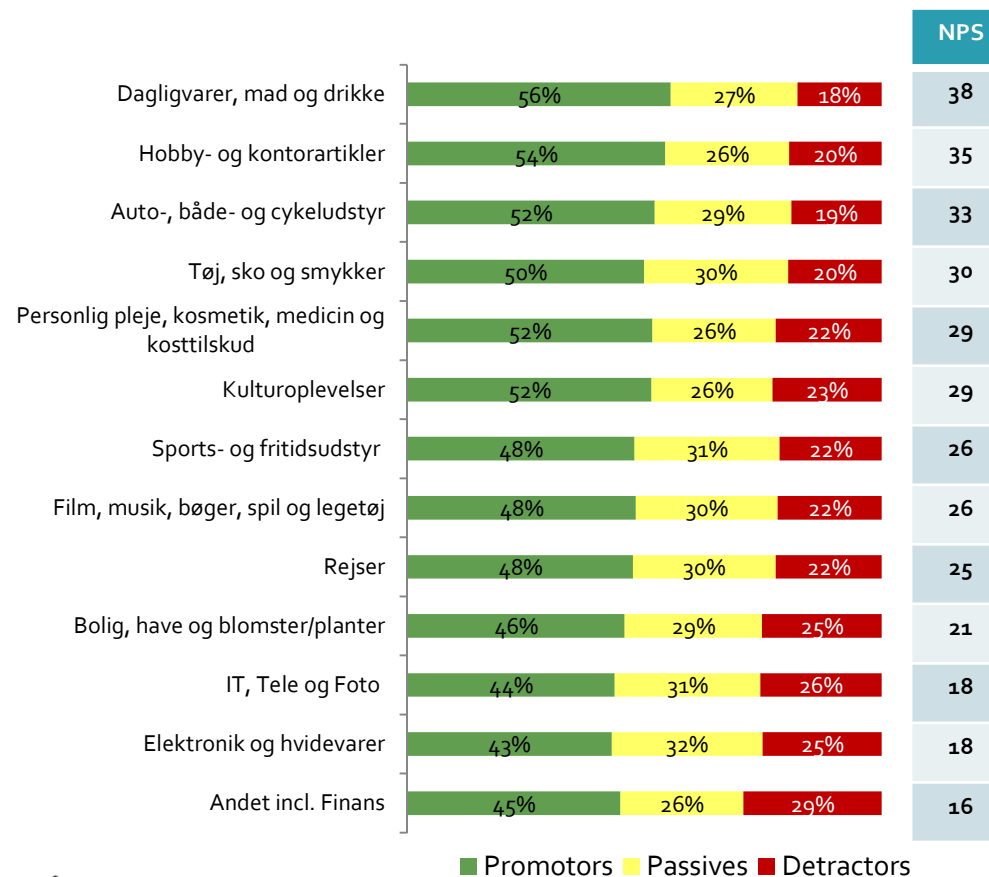
W | Wilke

Kundetilfredshed

Danskerne er ganske tilfredse med deres seneste handel.

Dagligvarer, mad og drikke er den kategori, som klarer sig bedst i forhold til, hvor sandsynligt det er, at man vil anbefale virksomheden. Dette stemmer fint overens med Nemlig.com, som har den højeste NPS i 2016.

Der er størst kundetilfredshed forbundet med onlinekøb af dagligvarer, mad og drikke.



postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke

2016 14.855 besvarelser



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

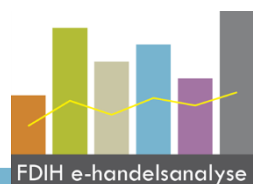
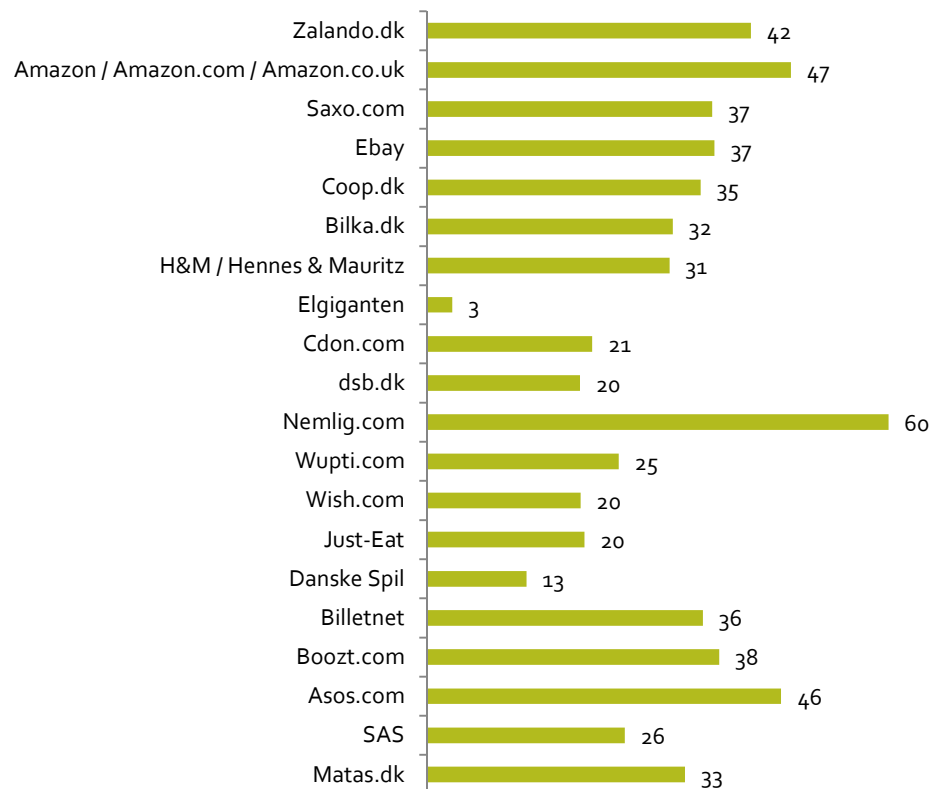
NPS score for top 20 netbutikker

Nemlig.com er den butik, som relativt flest vil anbefale og forbedrer i 2016 deres NPS med 16 point.

Amazon, Asos og Zalando kommer efter; men på et væsentligt lavere niveau.

Bilka.dk har forbedret deres NPS fra sidste år og er dermed kommet tættere på de udenlandske butikker, som klarer sig godt.

Nemlig.com er den netbutik i top 20, der har den højeste NPS



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvad hed netbutikken du senest handlede i?
Hvor sandsynligt er det, at du ville anbefale denne virksomhed til familie, venner eller kollegaer?

Snapshot af forbrugerne

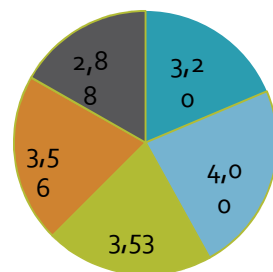
Børnefamilierne har den højeste handelshyppighed. De midaldrende og pensionisterne er til gengæld dem, som i gennemsnit bruger flest penge på en handel.

De unge udgør markant den mindste del af både andel af handler og andel af forbrug.

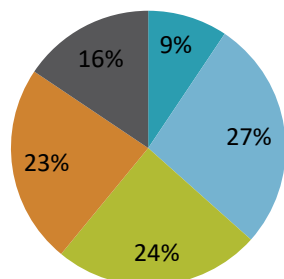
Der er tendens til at jo ældre man, jo mere tilfreds er man med butikken..

Jo ældre man er, jo større sandsynlighed er der for, at man vil anbefale den sidste netbutik, man handlede i.

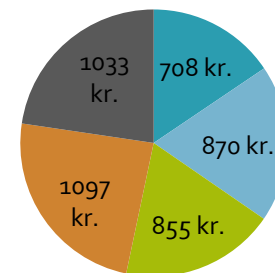
Handelshyppighed



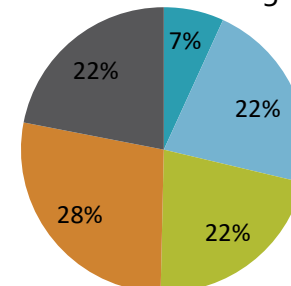
Andel af handler



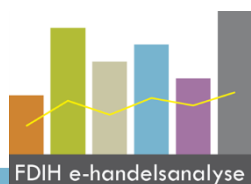
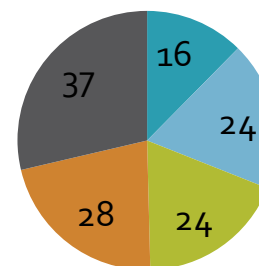
Gennemsnitlig forbrug



Andel af forbrug



NPS



postnord



W | Wilke

FDIH e-handelsanalyse

Copyright FDIH © 2017

Side 28

Befolkningsgruppernes køb af varer

Der er markante forskelle på, hvilke varer de forskellige befolkningsgrupper køber.

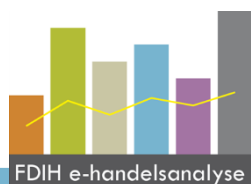
Børnefamilierne er tæt på gennemsnittet.

Mens pensionister bruger relativt flere penge end andre på dagligvarer, mad og drikke, på rejser, på hobby og kontorartikler og forskelligt elektronik. Mens fornyelse af garderoben via e-handel ikke sker så ofte.

De unge brænder relativt flere penge af på tøj, sko og smykker, mens singler og par oftere end andre bruger penge på den personlige pleje og sport/fritid.

Midaldrende køber i højere grad ting til hus/have samt kulturoplevelser.

| | De unge (18-25 år) | Børnefamilier | Singler og par | Midaldrende | Pensionister (65+) |
|---------------------------------------|--------------------|---------------|----------------|-------------|--------------------|
| Dagligvarer, mad og drikke | 5,4% | 6,7% | 6,5% | 5,7% | 7,4% |
| Pleje, kosmetik, medicin, kosttilskud | 7,2% | 5,6% | 8,2% | 6,4% | 6,7% |
| Tøj, sko og smykker | 25,1% | 24,7% | 18,2% | 14,0% | 10,2% |
| Sports- og fritidsudstyr | 4,6% | 7,4% | 7,6% | 5,3% | 4,0% |
| Auto-, både- og cykeludstyr | 0,6% | 2,5% | 1,8% | 3,0% | 2,3% |
| Hobby- og kontorartikler | 2,5% | 3,0% | 3,3% | 5,8% | 6,9% |
| Bolig og have | 6,0% | 7,7% | 6,6% | 10,7% | 11,4% |
| Elektronik og hvidevarer | 4,2% | 6,3% | 5,3% | 7,3% | 8,1% |
| IT, Tele og Foto | 11,0% | 10,6% | 10,3% | 9,3% | 11,6% |
| Film, musik, bøger, spil og legetøj | 21,0% | 13,2% | 15,9% | 12,0% | 11,4% |
| Rejser | 5,8% | 5,6% | 8,2% | 12,0% | 12,5% |
| Kulturoplevelser | 4,6% | 4,5% | 5,5% | 6,0% | 5,2% |



postnord



W | Wilke

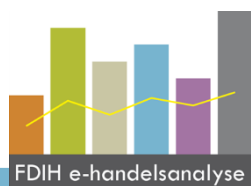
2016 14.855 besvarelser



Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

E-HANDEL I UDLANDET

Danskernes e-handel i udlandet










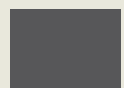


postnord



w | Wilke

32% af handlerne på nettet i 2016 (31% i '15) var i en udenlandsk netbutik

| | | | | | |
|---|----------|-----|---|------------|-----|
|  | Danmark | 68% |  | Norge | 1% |
|  | England | 5% |  | Kina | 2% |
|  | Tyskland | 4% |  | Frankrig | 0% |
|  | Sverige | 4% |  | Andet land | 2% |
|  | USA | 3% |  | Ved ikke | 11% |



postnord



w | Wilke

14.986 besvarelser



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

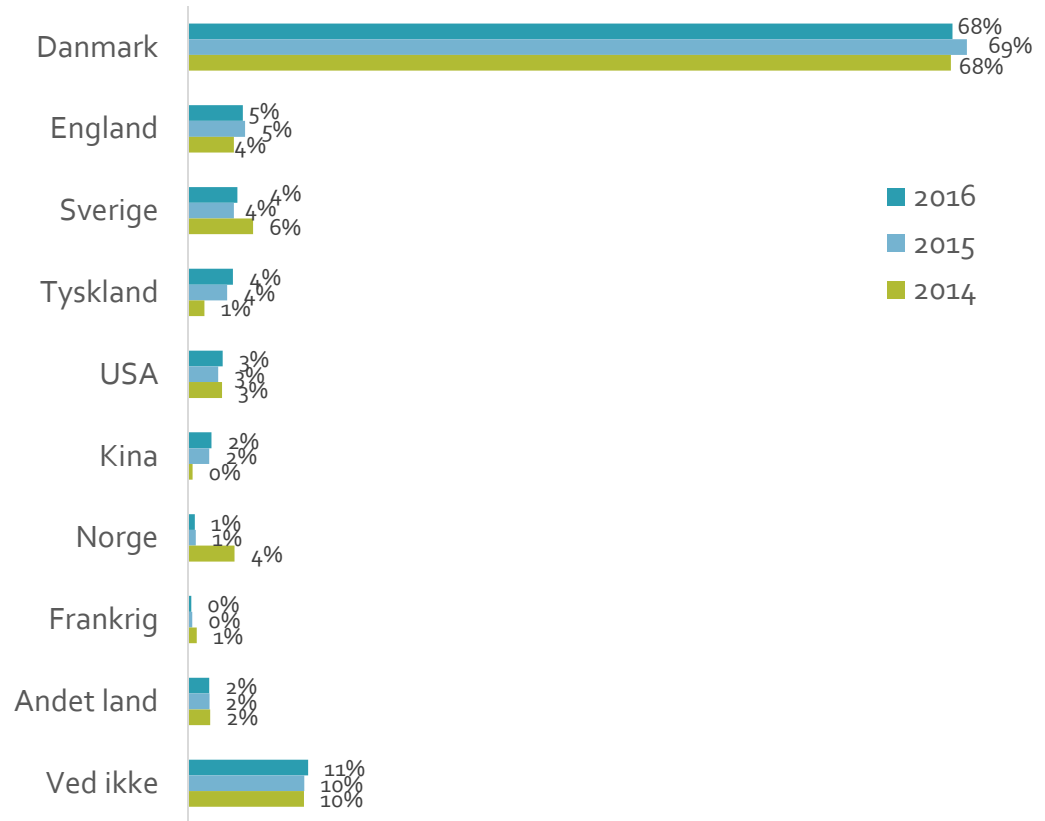
E-handel i udlandet – antal handler

Danskernes køb i udlandet voksede mere end e-handlen generelt og udgjorde knap 32% af alle handler i 2016.

England oplevede en mindre stigning efter Brexit og pundets fald, men er for hele året på niveau med 2015.

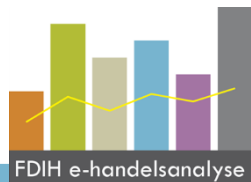
11 % af danskerne er i tvivl om netbutikkens oprindelsesland. Niveaulet er marginalt stigende – måske et udtryk for, at butikkerne investerer mere i danske versioner.

Knap 32% af handlerne på nettet i 2016 skete i en udenlandsk netbutik



14.982 besvarelser

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



postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke

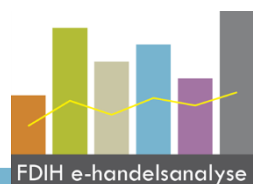
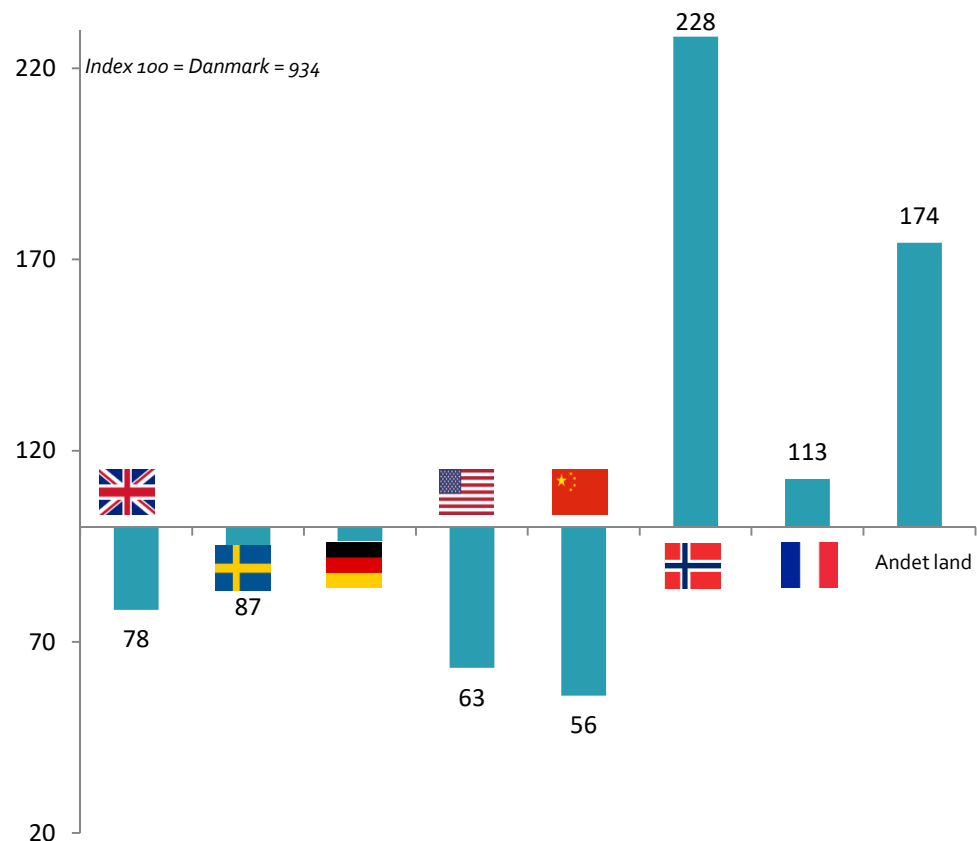
Ordreværdi pr. handel

Figuren viser, hvor stor gennemsnitsværdien af hver handel i en udenlandsk netbutik er ift. en handel i en dansk netbutik.

Norge er det land, hvor danskerne gennemfører handler med den højeste gennemsnitsværdi ligesom i 2015. Prisen pr. handel i Norge er over dobbelt så stor som i Danmark.

Kina er derimod det land, som har den laveste gennemsnitsværdi, som kun svarer 56% af gennemsnitsværdien i en dansk netbutik.

Ordreværdien pr. handel i Norge er mere end dobbelt så stor som i Danmark.



postnord



w | Wilke

2016 14.855 besvarelser

I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. Afgifter?

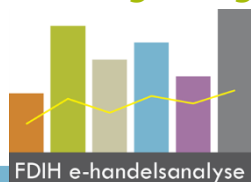
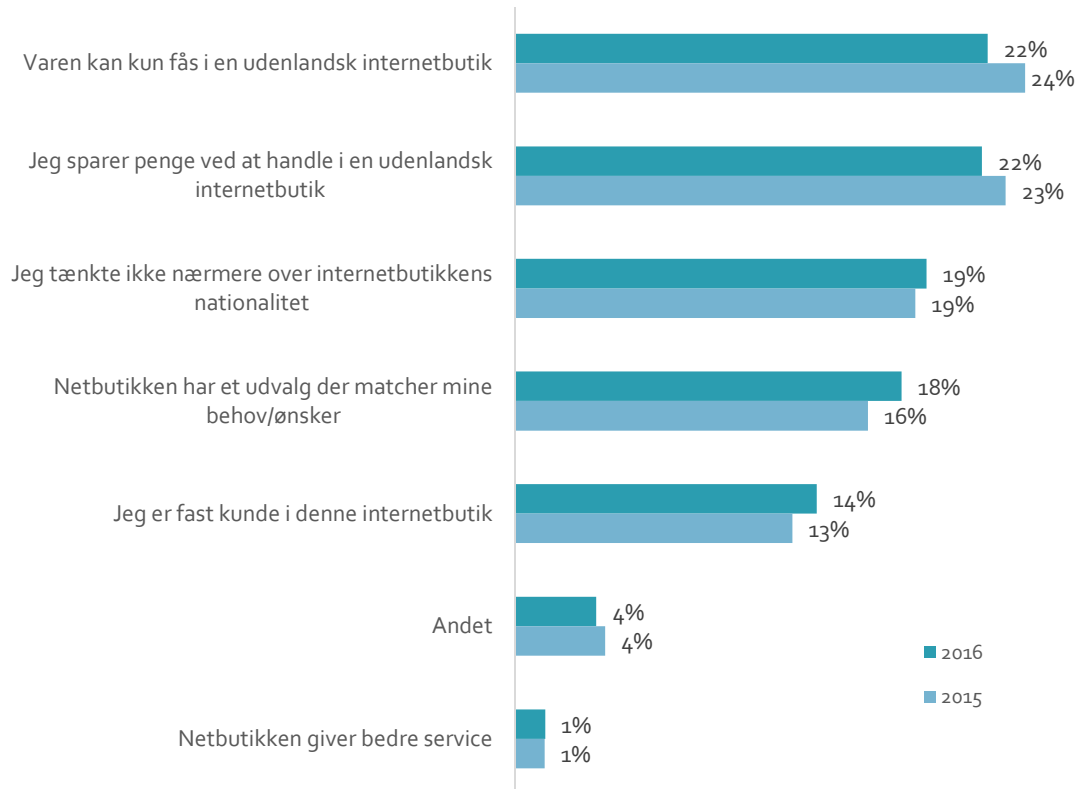
Årsager til handel i udlandet

Generelt oplever forbrugerne ikke de store barrierer ifm køb i en udenlandsk butik og 19% tænker ikke nærmere over, at netbutikken ikke er dansk.

De primære årsag er til køb i udlandet er i udvalg og pris. 22% angiver, at varen kun kan fås i en udenlandsk internetbutik, mens den lave prisen ligeledes fremhæves af 22%.

18% oplever, at netbutikkens udvalg i høj grad passer til egne behov og ønsker. Endelig fortæller 14%, at de rutinemæssigt handler i udenlandske netbutikker.

Vareudbud og lavere priser får gang i den digitale grænsehandel.



postnord



W | Wilke

2.983 besvarelser



I hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?
Hvad er den primære årsag til at du valgte at handle i en udenlandsk internetbutik?

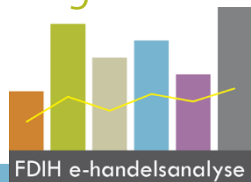
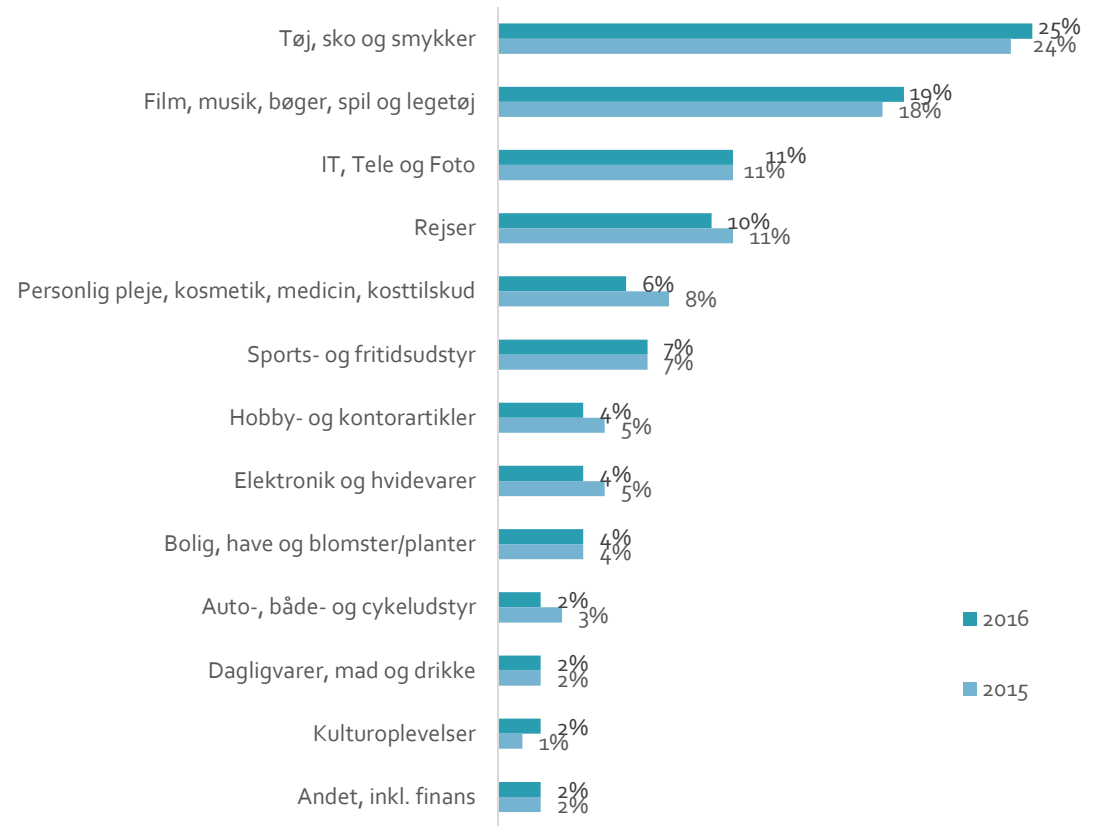
Udlandshandel fordelt på kategorier

Tøj, sko & smykker ligger klart i front målt på handler, når danskerne køber i udlandet. Varegruppen udgjorde hver 4. handel i udlandet, marginalt mere end i 2015.

Køb i udlandet er vokset i samme takt på tværs af kategorierne, og dermed generelt på samme niveau som i 2015. Fordelingen er noget anderledes end den danske handel.

Personlig pleje, kosmetik, medicin & kosttilskud synes at have tabt pusten og udgør kun godt 6% af de udenlandske køb mod 8% i 2015.

Tøj, sko & smykker er den kategori, der oftest købes uden for Danmark og den udgør ca. hver 4. handel i udlandet.



postnord

MobilePay
by Armasia A/S

W | Wilke

4.782 besvarelser

Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?

Andel af udlandshandler pr. kategori

To kategorier er særligt konkurrenceudsatte fra udlandet:

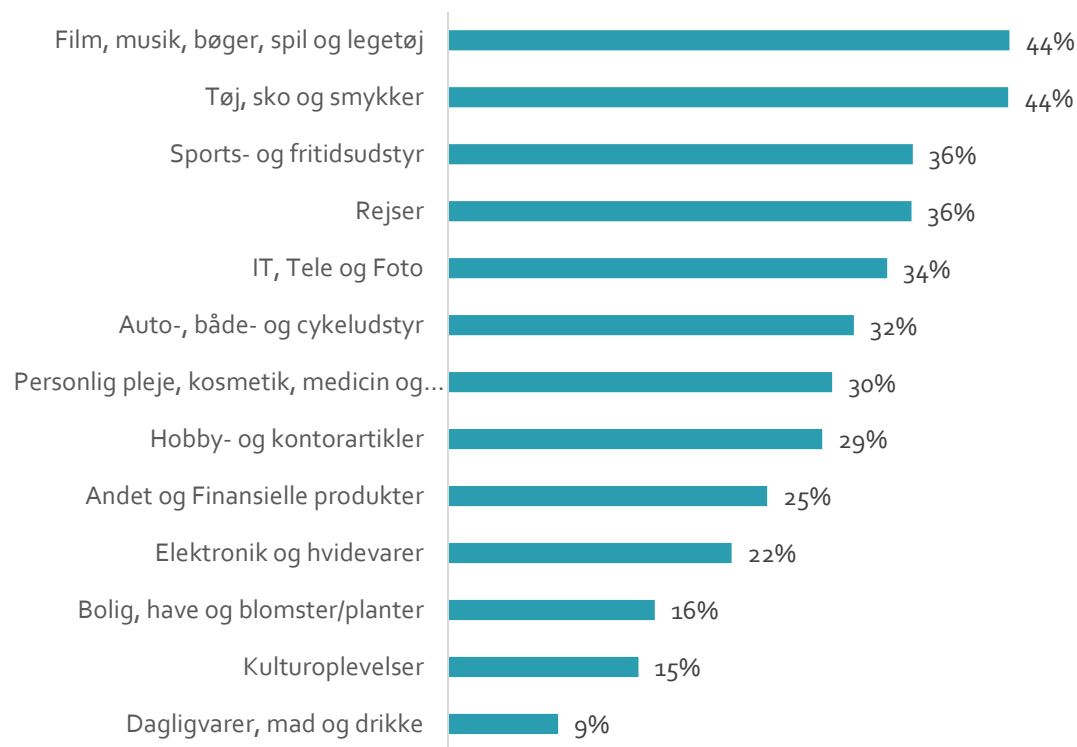
Tøj, sko & smykker, hvor og hvor særligt Sverige, England og Tyskland trækker, og hvor det primært er fysiske varer.

Film, musik, bøger, spil og legetøj, hvor ca. 60% af handlerne er med fysiske varer. Her trækker butikker i Sverige og England.

De danske køb går i høj grad til USA, når det drejer sig om downloads og streaming.

Knapt halvdelen (44%) af samtlige handler i Tøj, sko & smykker samt Film, musik, bøger spil og legetøj sker i udlandet

Andel køb foretaget udenfor Danmark



postnord



W | Wilke

4.782 besvarelser



Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvilket land hører internetbutikken, som du senest har handlet i, hjemme?

Forbrug pr. kategori i udlandet

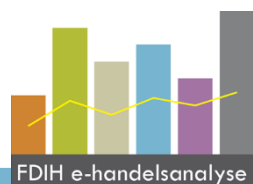
I nogle varegrupper ser vi større udsving for gennemsnitprisen for køb i udlandet kontra Danmark.

Danskerne bruger flere penge på *Elektronik & hvidevarer, It, tele & foto* samt *Film, musik, bøger, spil & legetøj* i danske butikker end i udlandet.

I samtlige andre kategorier bruger danskerne færre penge i Danmark ift. udlandet.

Indenfor Elektronik & Hvidevarer bruger danskerne 53% flere penge pr. køb i Danmark end i udlandet.

| | Danmark | Udlandet |
|---|---------|----------|
| Dagligvarer, mad og drikke | 539 | 633 |
| Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud | 500 | 553 |
| Tøj, sko og smykker (voksen og barn) | 623 | 663 |
| Sports- og fritidsudstyr | 623 | 770 |
| Auto-, både- og cykeludstyr | 874 | 1182 |
| Hobby- og kontorartikler | 415 | 417 |
| Bolig, have og blomster | 973 | 1023 |
| Elektronik og hvidevarer | 1260 | 824 |
| IT, tele og foto | 986 | 672 |
| Film, musik, bøger, spil og legetøj | 313 | 274 |
| Rejser | 1800 | 2149 |
| Kulturoplevelser | 668 | 842 |
| Andet inkl. finansielle produkter | 738 | 1081 |



FDIH e-handelsanalyse

postnord



w | Wilke

2016



14.855 besvarelser



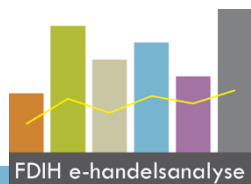
Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Var det første gang du handlede i denne internetbutik?

*Med fire MobilePay produkter
har vi betalingsløsningen, uanset
hvordan din forretning ser ud.*



BETALING, LEVERING OG RETURNERING

Danskernes foretrukne betalingsmiddel, leveringsform samt returrate ved e-handel



FDIH e-handelsanalyse

postnord



w | Wilke

Betalingsmidler på nettet

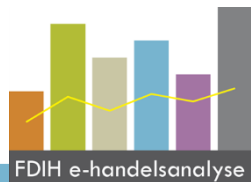
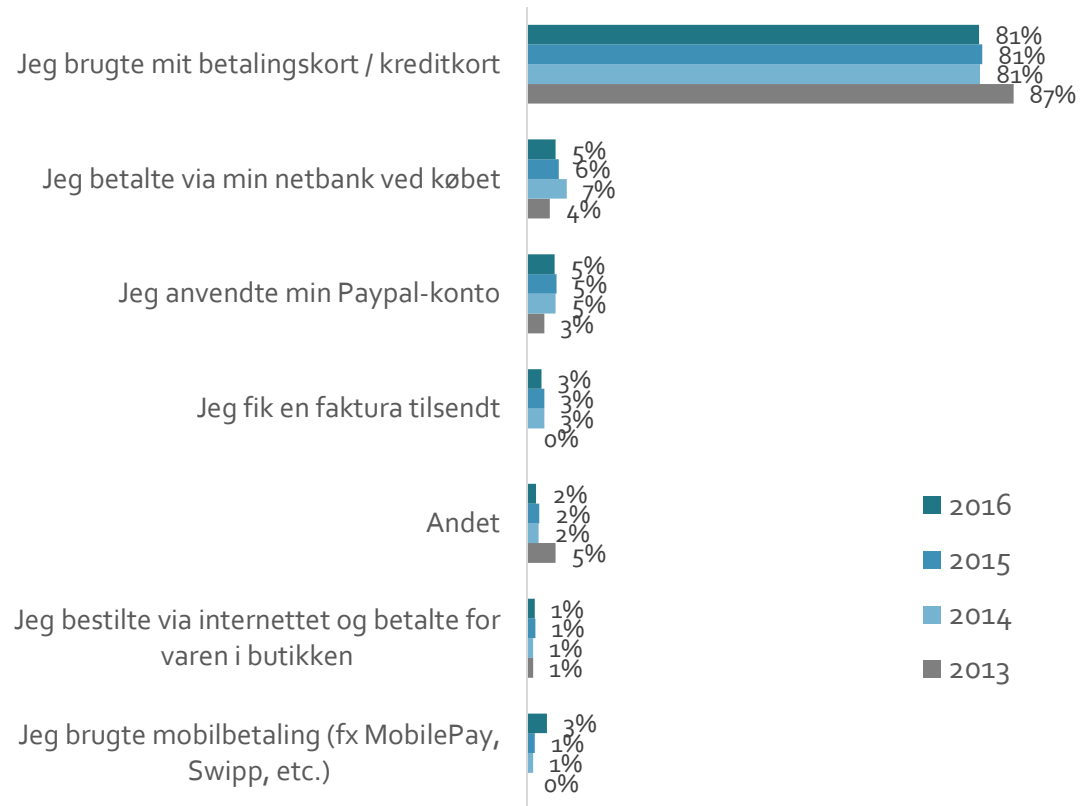
Ændringer i betalingsmønstre og –vaner sker kun ganske langsomt, hvad udviklingen de sidste 4 år demonstrerer.

Det ser ud til, at der er en vigende tendens til at betale via netbank.

Samtidig fastholder PayPal en andel på omkring 5% og dermed vokser betalingsformen sammen med markedet.

Brug af betalingsapps til mobiltelefoner er for alvor i vækst og udgør nu 3% af handlerne

Mobilbetalinger øger sin andel i e-handlen, fra 0 % i 2013 til 3% i 2016



postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke



14.982 besvarelser



Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?

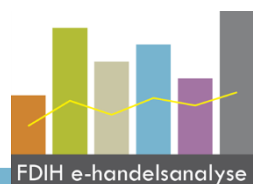
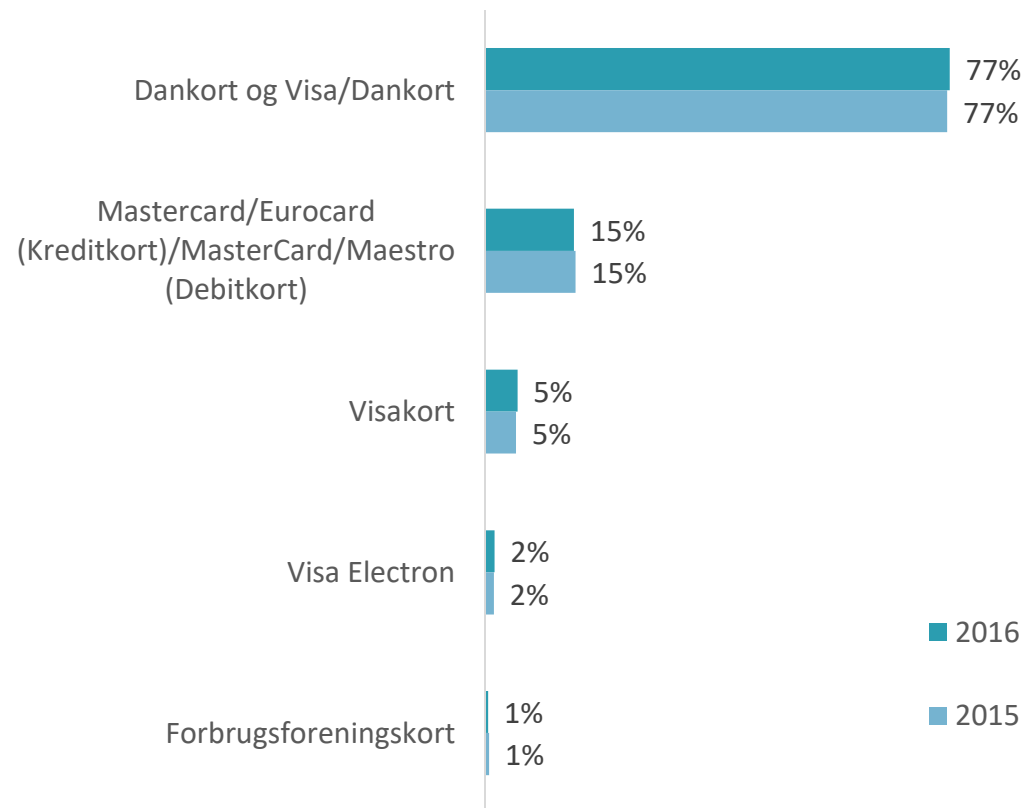
Typer af betalingskort

Dankortet er igen i 2016 danskernes foretrukne betalingsmiddel på nettet.

Betalingskort står for 81 % af alle e-handelsbetalinger i 2016, og heraf udgør Dankort godt 3 ud af 4 betalinger (77%),

Det betyder, at 62% af alle danskernes køb på nettet betales med et Dankort.

6 ud af 10 af danskernes betalinger på nettet sker med et Dankort.



postnord



w | Wilke

12.109 besvarelser

Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du?

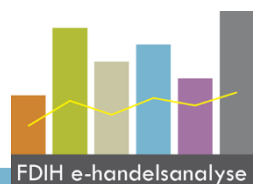
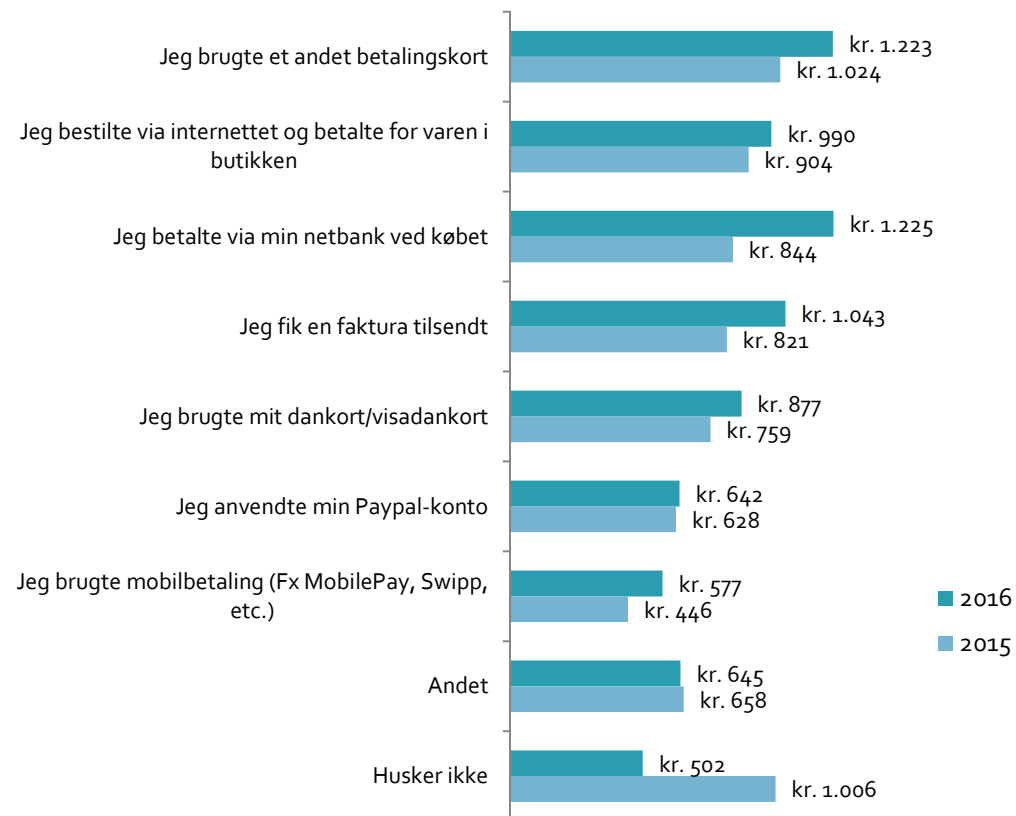
Forbrug pr. betalingsmiddel

Netbankbetalinger er målt på antal betalinger i tilbagegang; men det ser omvendt ud til, at de resterende netbankbetalinger er på noget større beløb.

På samme måde er også fakturabetalinger typisk større end den gennemsnitlige betaling.

De mindste beløb i gennemsnit står mobilbetalingerne for.

Et gennemsnitskøb med "betaling via netbank" er mere end dobbelt så stort som køb med "mobilbetaling" i 2016.



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?



LAD DINE KUNDER BESTEMME, HVOR DE VIL HENTE PAKKEN

Vælg Selv Udleveringssted er en enkel webservice.
Nem at integrere i din netbutik og populær hos
dine kunder.

SE MERE PÅ WWW.POSTDANMARK.DK/EHANDEL



Leveringsmetode

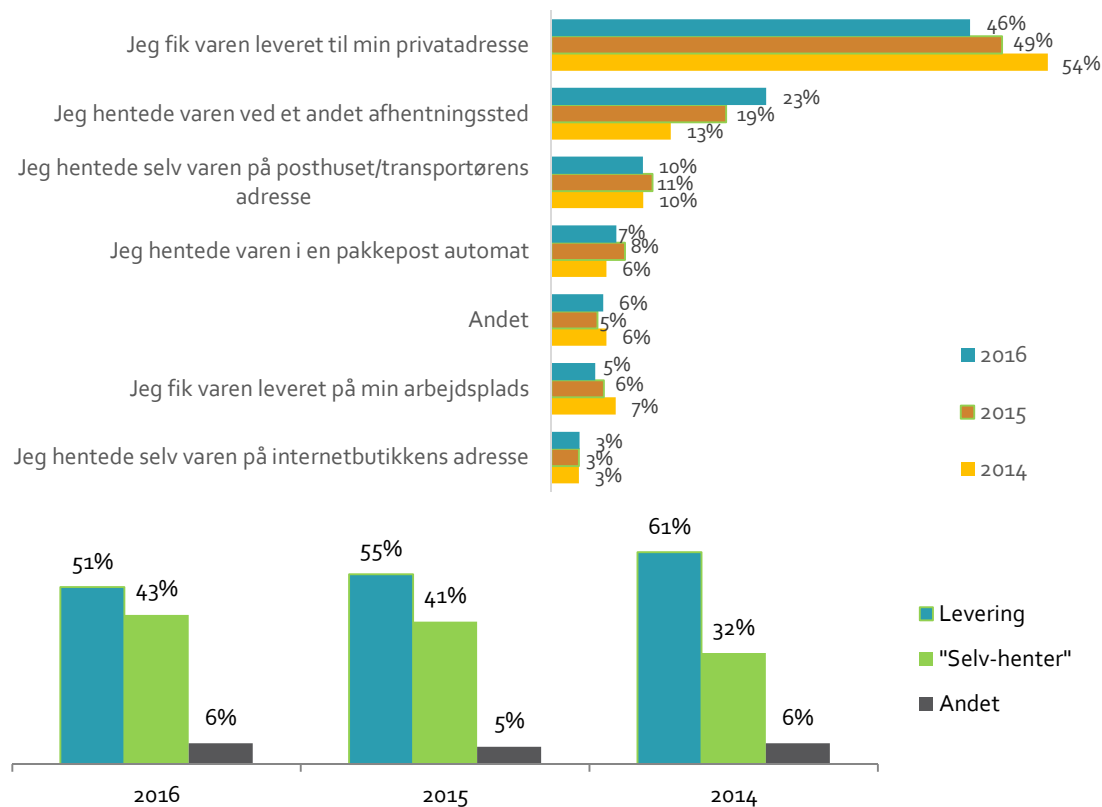
Selv-henter koncepterne vokser fortsat.

Så "andet afhentningssted (23%), "hentede på posthus (10%)", "automat (7%)" og "hentede i netbutikken (3%)" står i alt for 43% af leveringerne.

Især afhentning på "andet afhentningssted", fx tankstationer vinder frem og i 2016 udgør det næsten hver fjerde (23%) levering.

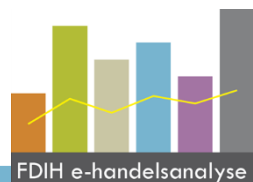
Levering hjemme på privatadressen er dog fortsat den største leveranceform med 46% af alle udbringninger. Men den falder støt.

Selv-henter koncepterne vinder frem og forbrugerne henter nu selv 43% af pakkerne



10.631 besvarelser

Hvordan blev varen leveret?



postnord



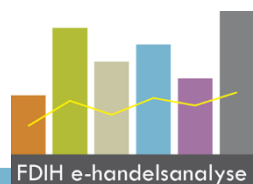
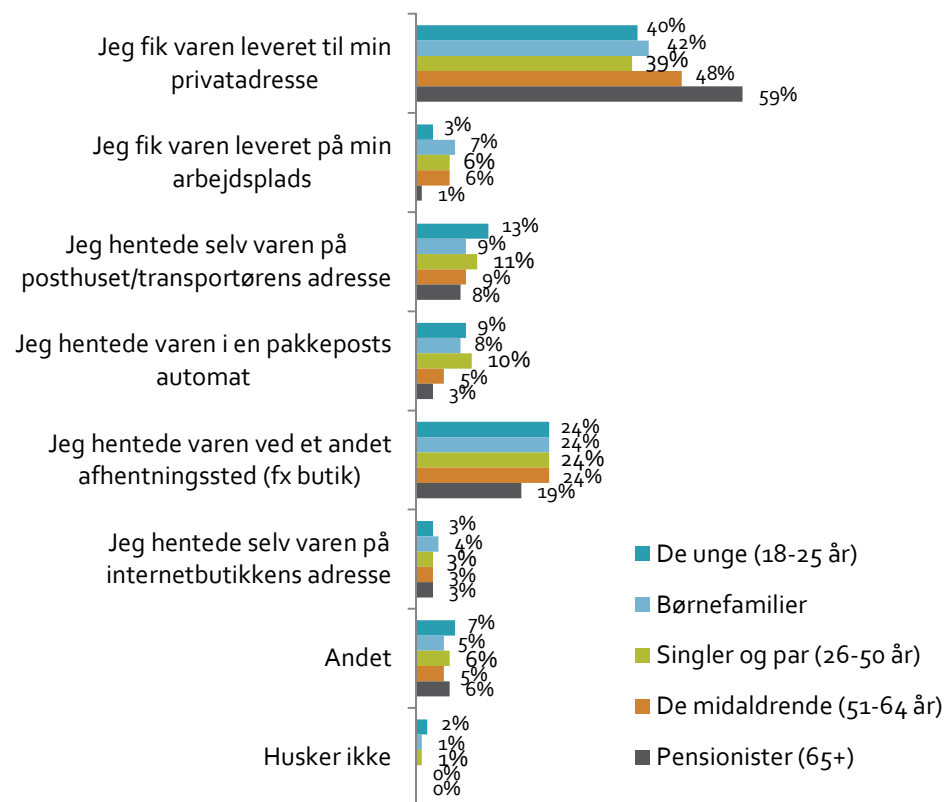
W | Wilke

Leveringsmetode og befolkningsgrupper

Jo ældre man er, jo mere sandsynligt er det, at man vælger levering til ens privatadresse som leveringsmetode.

Pensionisterne og de midaldrende vælger levering til privatadressen, men de yngre vælger "selv-henter"-koncepter.

Næsten halvdelen (49 %) af de unge op til 25 år benytter sig af "selv-henter"-koncepter



postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke

2016



10.447 besvarelser



Hvordan blev varen leveret?

Copyright FDIH © 2017

Side 45

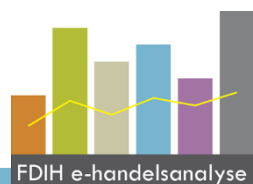
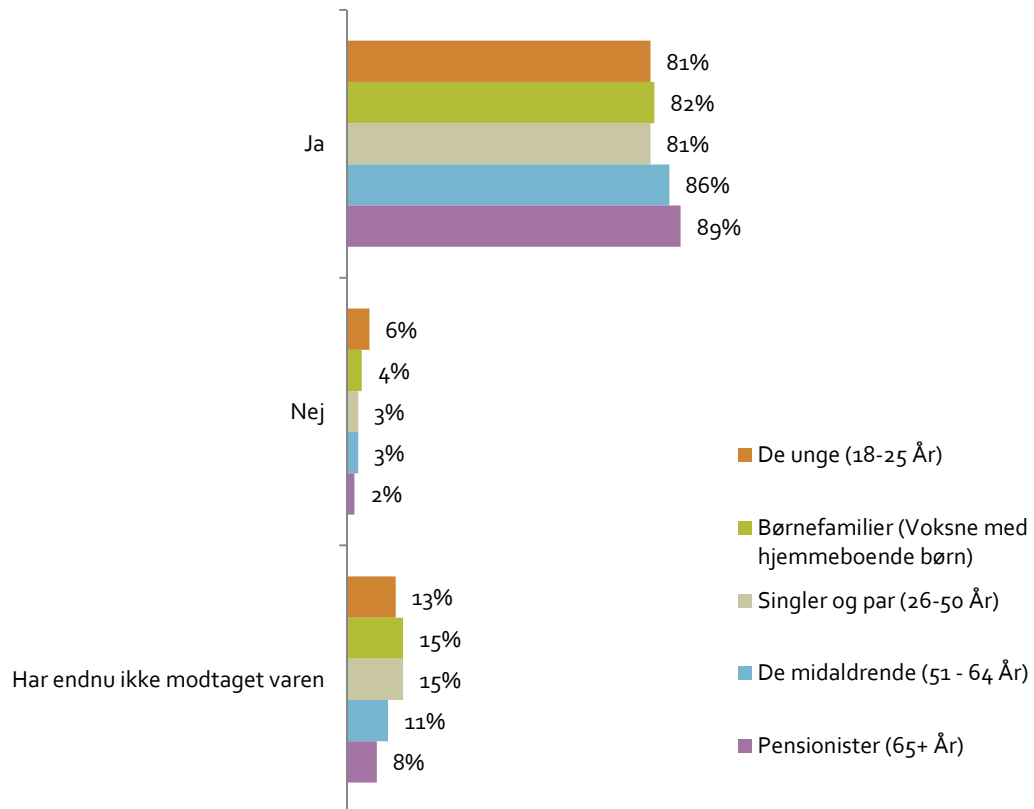
Returnering pr. befolkningsgruppe

Der er overordnet set en lav returrate på varer, der er købt på nettet.

Når der alene ses på den andel pakker som er leveret, er der en gennemsnitlig returrate på 3,8%.

Der er sammenhæng mellem alder og returraten. Jo yngre internetkunden er, des større er sandsynligheden for fortrydelse og returnering. De unge har en returrate på 6,5% og dette er mere end det dobbelte af returneringer fra kunder over 50 år,

Internethandel i Danmark har en gennemsnitlig returrate på 3,8%



postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Beholdte du varen/varerne du købte?

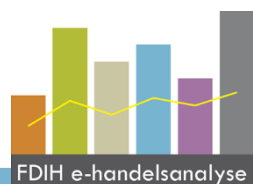
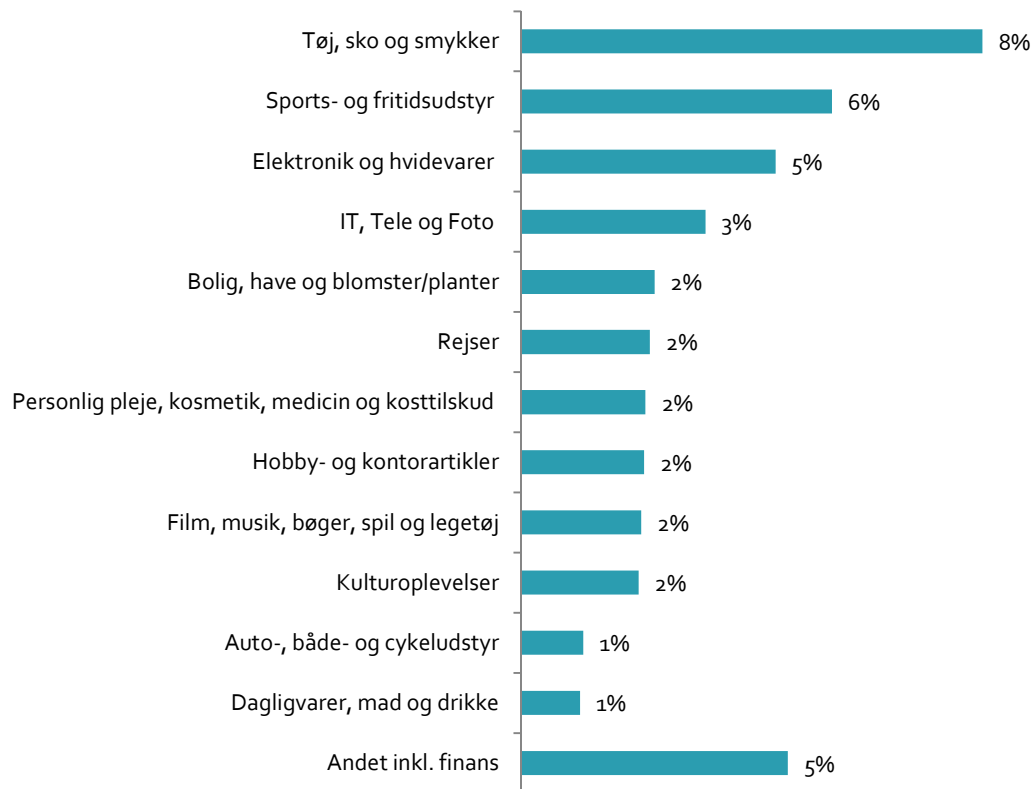
Returneringer pr. varegruppe

Kategorien *Tøj, Sko & Smykker* har den højeste returrate på 8 %.

Sammenlignes returraten i forhold til andre kategorier, har *Tøj, Sko & Smykker* en 25% højere returrate end den næste varekategori, *Sports- og fritidsudstyr*, (6%)

Returandelen er yderst beskeden (1%) i *Dagligvarer, mad og drikke*.

Tøj, Sko og Smykker har den højeste returrate.



postnord

MobilePay
by Armasia

w | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Beholdte du varen/varerne du købte?
Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?



NYT KORT MED E-HANDELSINDSIGT VISER VEJ TIL FLERE KUNDER

På baggrund af pakke­data har vi kort­lagt, hvor i landet folk køber mest på nettet fra din branche. Dén viden kan du bruge til at sælge mere direkte.

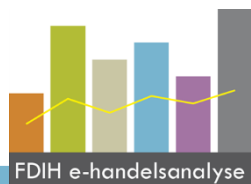
FÅ DIT BRANCHEKORT PÅ 70 11 12 30





OMNI-CHANNEL E-HANDEL

Kontakt med netbutikkerne, vejen til første køb, online og offline adfærd



postnord



w | Wilke

Offline og online adfærd

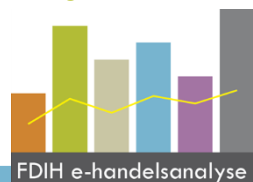
Rejser er langt det mest populære køb på internettet efterfulgt af kulturoplevelser; målt på forbrugernes handler og søgninger.

I flere kategorier foretages købet i højere grad online end offline. *IT, Tele & Foto, Film, Musik, Bøger, Spil & Legetøj* og *Elektronik & hvidevarer* søges og købes oftest på nettet.

Der er størst gab mellem søgning og køb i *Elektronik & hvidevarer*, da 69% søger informationerne online før køb, men købet online (målt på oplevede handler) er på 51%.

Stort potentiale for øget online køb i flere kategorier hvor søgning online er højere end køb online.

| | Søgning | | køb | | Potentiale |
|---|---------|--------|---------|--------|------------|
| | Offline | Online | Offline | Online | Online |
| Dagligvarer, mad og drikke | 88% | 12% | 96% | 4% | 8% |
| Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud | 69% | 31% | 82% | 18% | 13% |
| Tøj, sko og smykker | 63% | 37% | 73% | 27% | 10% |
| Sports- og fritidsudstyr | 59% | 41% | 72% | 28% | 14% |
| Auto-, både- og cykeludstyr | 56% | 44% | 76% | 24% | 21% |
| Hobby- og kontorartikler | 54% | 46% | 69% | 31% | 15% |
| Bolig, have og blomster | 71% | 29% | 89% | 11% | 17% |
| Elektronik og hvidevarer | 31% | 69% | 49% | 51% | 18% |
| IT, tele og foto | 30% | 70% | 45% | 55% | 15% |
| Film, musik, bøger, spil og legetøj | 35% | 65% | 46% | 54% | 10% |
| Rejser | 13% | 87% | 14% | 86% | 1% |
| Kulturoplevelser | 23% | 77% | 30% | 70% | 7% |



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



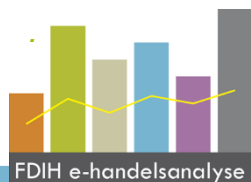
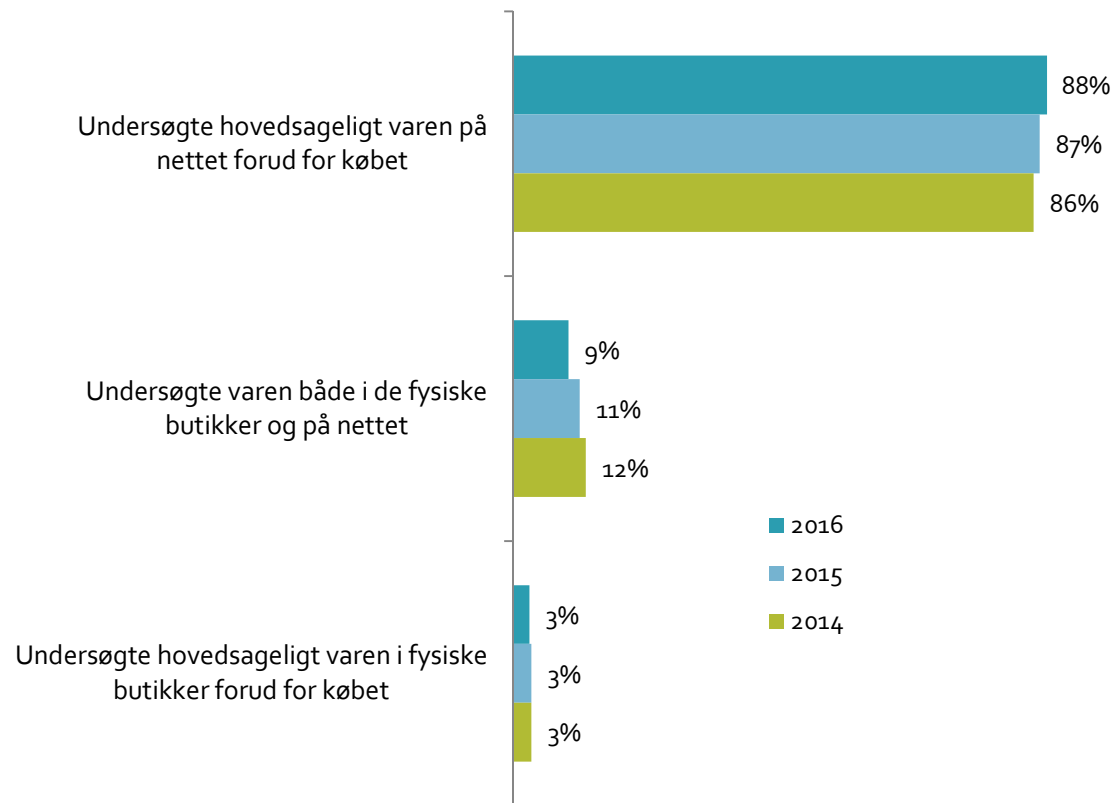
Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
 Hvordan plejer du at søge inspiration til køb af nedenstående varetyper?
 Hvor plejer du at købe nedenstående varetyper?

Købsforløb på nettet

Det er klart, at varen undersøges *på nettet* før et køb *på nettet*. 88 % siger, at de undersøgte varen på nettet, før køb online.

9% undersøgte varen både på nettet og i en fysisk butik og blot 3 % undersøgte hovedsageligt varen i en butik, før de købte på nettet. Myten om, at kunder prøver varen i butikken, inden de køber på nettet, må derfor siges at være manet i jorden

97 % af danskerne bruger nettet, før de træffer beslutning om et køb online. Det er sjældent (3%), at kunden tjekker i en fysisk butik for efterfølgende at købe varen på nettet



postnord



W | Wilke

14.855 besvarelser

? Hvordan var forløbet vedrørende dit seneste køb på internettet?

Planlægning vs impuls

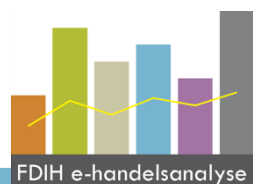
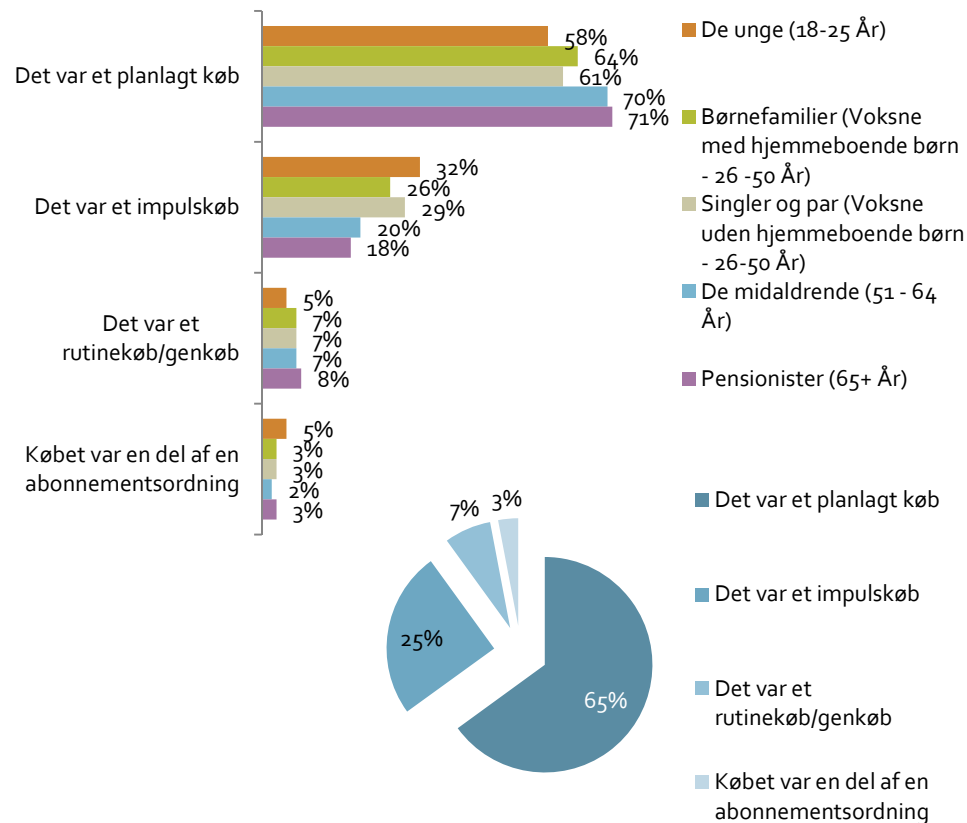
Størstedelen af e-handlen er planlagte køb (65%), mens 25% af er impuls køb. Fordelingen er på nogenlunde samme niveau som i 2015.

Der er tendens til højere grad af impuls køb jo yngre man er..

De unge har den største andel af impuls køb (32%) tæt efterfulgt af singler og par uden hjemmeboende børn på 29%.

Kun 18% af "pensionisternes" køb skete som impuls køb. Det er samme niveau som i 2015

25% af handlerne på nettet i 2016 er impuls køb.



postnord

MobilePay

W | Wilke

2016 14.855 besvarelser

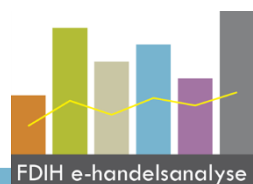
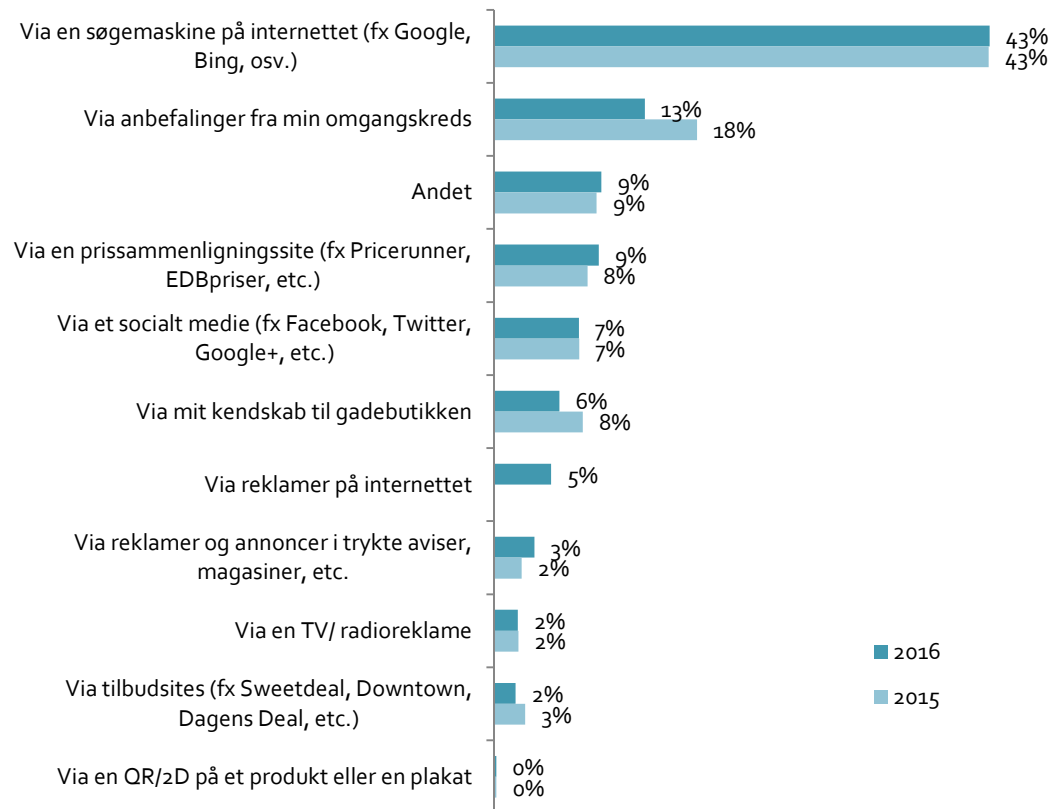
Var det seneste køb på internettet planlagt på forhånd eller et impuls køb?

Vejen til første køb

Danskerne bruger mest søgemaskiner, når de finder en ny netbutik.

Anbefalinger fra omgangskreds mister lidt betydning, og de falder fra 18% i 2015 til 13% i 2016.

Søgemaskiner er fortsat det redskab, flest danskere har brugt til at få kendskab til netbutikker



postnord

MobilePay
by 7marts

W | Wilke

4.487 besvarelser 2016

Var det første gang du handlede i denne internetbutik?
Hvordan fik du kendskab til internetbutikken?

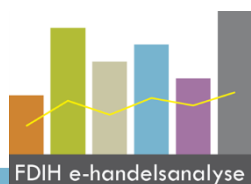
Vejen til første køb pr. befolkningsgruppe

Som i de tidligere år, adskiller de unges vej til første køb i en netbutik sig markant fra andre befolkningsgrupper.

Kun 32% af de unges kendskab skyldes søgemaskiner mod 43% i gennemsnit.

De unge benytter i højere grad end andre grupper anbefalinger fra omgangskreds til at finde netbutikker. Ligeledes bruger de eget kendskab til gadebutikken eller de sociale medier.

29% af de unge finder deres netbutik gennem anbefalinger fra omgangskredsen samt de sociale medier.

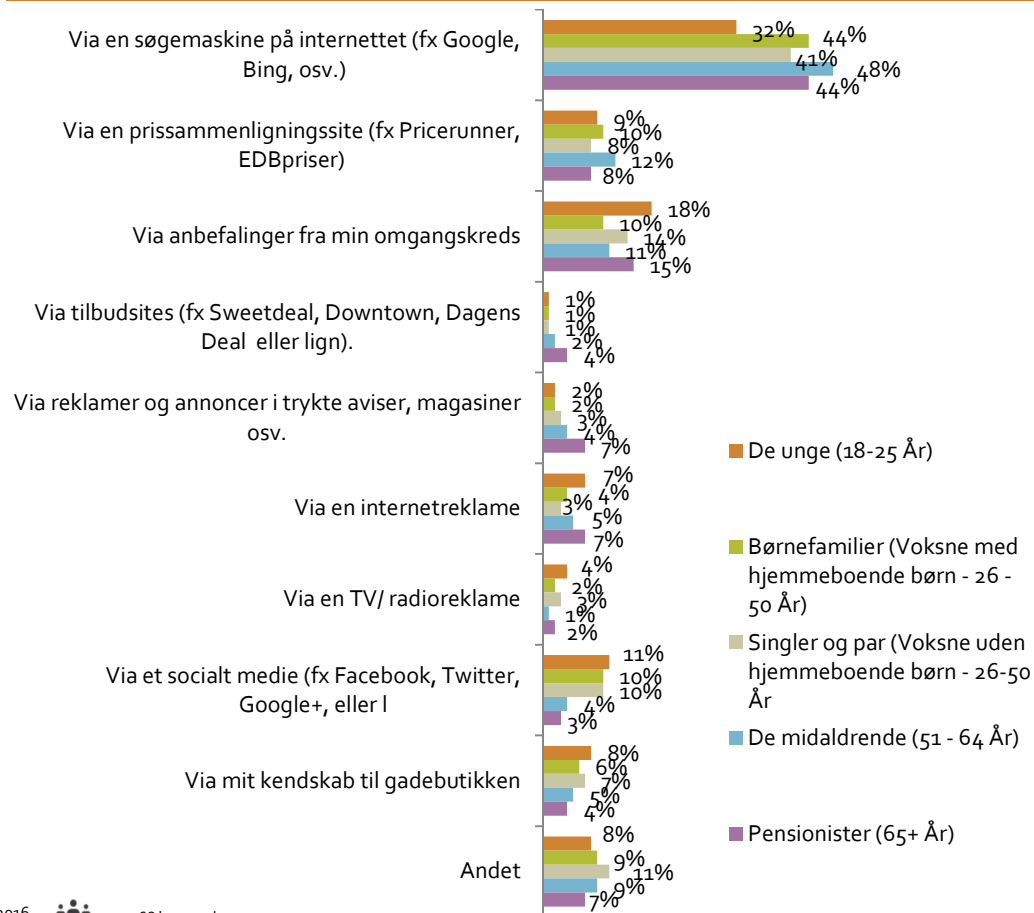


postnord



W | Wilke

2016 4.368 besvarelser



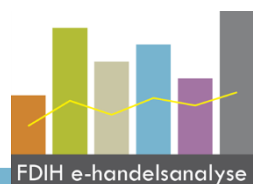
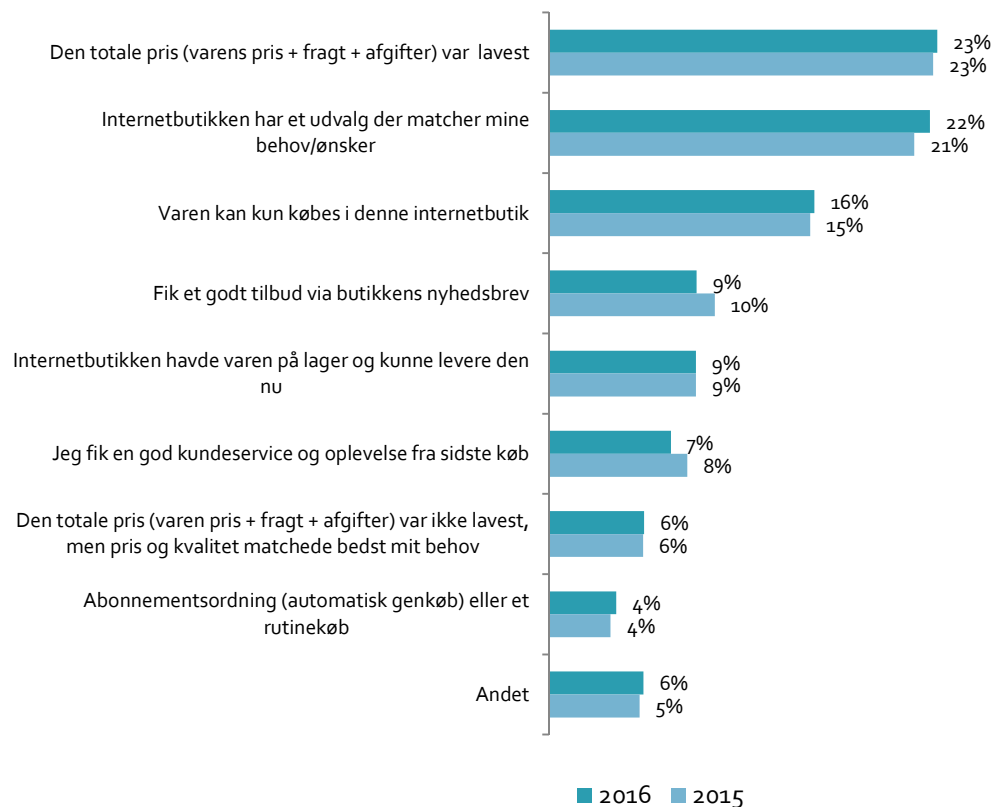
Var det første gang du handlede i denne netbutik?
Hvordan fik du kendskab til internetbutikken?

Vejen til genkøb i en netbutik

Det er ført og fremmest lave priser og det rigtige udvalg, der får tidligere kunder til at vende tilbage

9 % vender tilbage til en butik på baggrund af nyhedsbreve; men denne vigtige, billige og effektive salgskanal går marginalt tilbage; den samme tendens ses ift. forbrugerens oplevelse af god kundeservice og købsoplevelse.

Pris og det kundetilpassede sortiment får forbrugerne til at vende tilbage



postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke

10.536 besvarelser

? Var det første gang du handlede i denne internetbutik?
Hvad er den primære årsag til, at du handlede hos denne internetbutik igen?

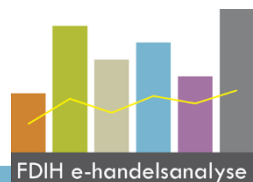
Forbrug pr. førstegangskøb og genkøb

I flere kategorier er der forskelle på, hvor mange penge førstegangskøbere bruger ift. genkøbere.

Genkøberne i kategorierne *Personlig pleje, Dagligvarer, Mad & Drikke, Tøj, sko & smykker, Hobby- og kontorartikler, Sports- og fritidsudstyr* bruger mere end førstegangskøbere i de respektive kategorier.

I de kategorier, hvor der bliver brugt flest penge på købet, er førstegangskøbet større end genkøbet.

| | Førstegangskøb | Genkøb |
|---|----------------|--------|
| Dagligvarer, mad og drikke | 506 | 543 |
| Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud | 477 | 520 |
| Tøj, sko og smykker (voksen og barn) | 633 | 644 |
| Sports- og fritidsudstyr | 630 | 697 |
| Auto-, både- og cykeludstyr | 1016 | 934 |
| Hobby- og kontorartikler | 374 | 425 |
| Bolig, have og blomster | 1041 | 878 |
| Elektronik og hvidevarer | 1211 | 1158 |
| IT, tele og foto | 979 | 846 |
| Film, musik, bøger, spil og legetøj | 342 | 279 |
| Rejser | 2934 | 1801 |
| Kulturoplevelser | 745 | 664 |
| Andet og finansielle produkter | 754 | 787 |



FDIH e-handelsanalyse

postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?
Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet – inkl. fragt og evt. afgifter?
Var det første gang du handlede i denne internetbutik?

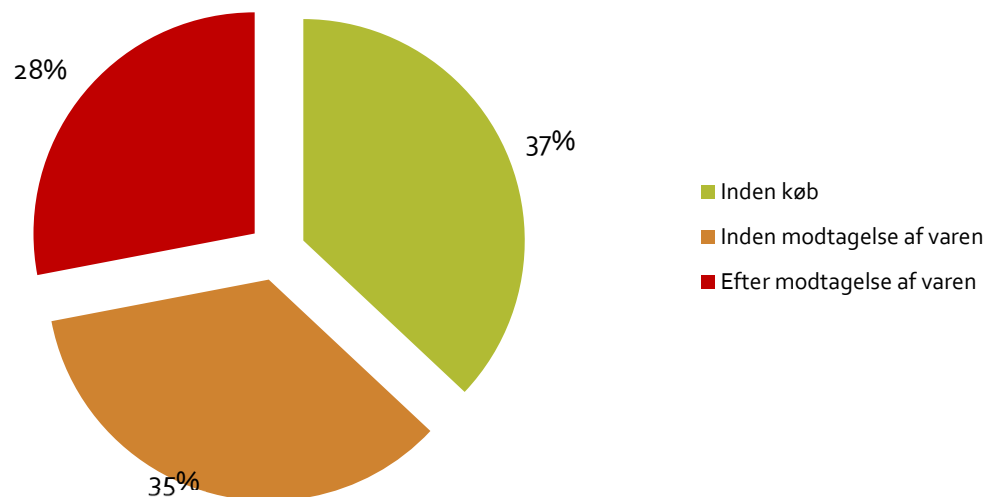
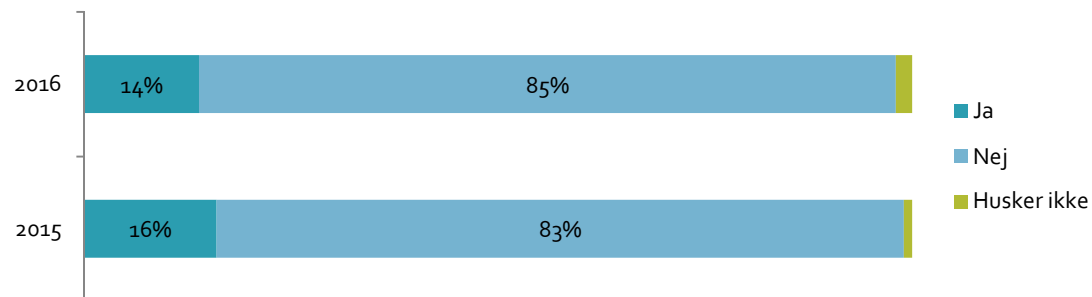
Kontakt med netbutikken

Danskerne har i 2016 været i direkte kontakt med butikken i 14% af handlerne, hvilket er en smule under niveauet for 2015.

Blandt de 14%, der har kontakt med netbutikkerne, er det ofte før et køb (37%), at danskerne har kontakt til netbutikken.

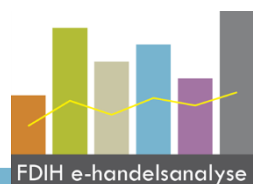
28% af samtlige kontakter til netbutikkerne sker efter modtagelse af varen, hvilket er en lidt højere andel, end vi har set tidligere år. Tallene understreger vigtigheden af kundeservice i alle faser.

14% af købene online i 2016 indebar en kontakt med netbutikken.



14.855 besvarelser

Har du været i kontakt med internetbutikken i forbindelse med dit køb? (Multipelt svar)



postnord

MobilePay

W | Wilke

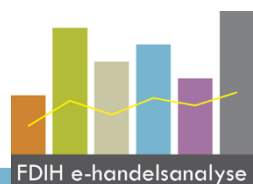
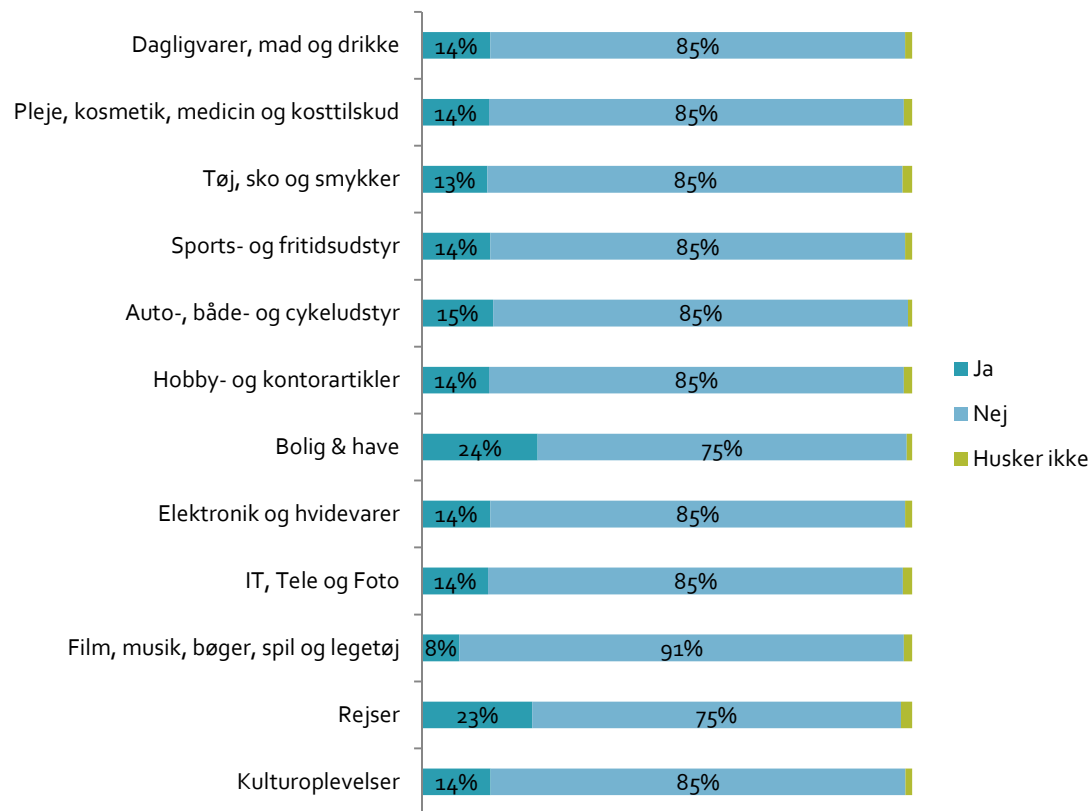
Kontakt pr. varekategori

Der er stor forskel på, hvor kontaktkrævende/-skabende de forskellige kategorier er.

Bolig og have topper med 24% af handlerne med kontakt; men også *rejser* giver et højt behov for kontakt med netbutikken.

Køb af *Film, musik, bøger, spil & legetøj* er forbundet med mindst kontakt til netbutikken (8%).

24% af alle bolig & havekøb samt 23% af alle online rejsekøb indebar en kontakt med netbutikken



postnord



W | Wilke

14.855 besvarelser



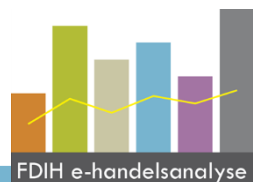
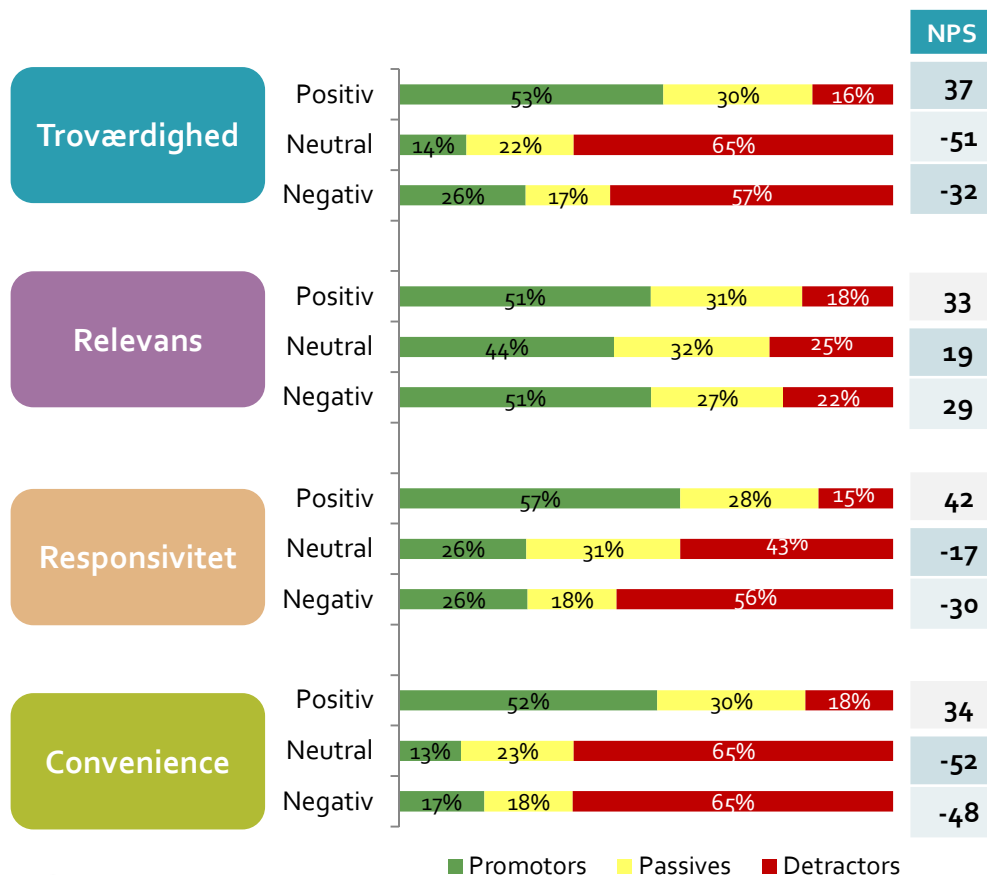
Har du været i kontakt med internetbutikken i forbindelse med dit køb? (Multipelt svar)
Hvilken vare eller tjeneste købte du senest på nettet?

Tilfredshed pr. dimension

Kundens oplevelse af de 4 dimensioner inden for brugervenlighed /usability afgør kundernes tilfredshed og dermed deres lyst til at ville anbefale butikken.

Responsivitet er den dimension, som i 2016 trækker det meste af NPS. Convenience er også central, da personer, som er negative eller neutrale i denne dimension, har en meget lav NPS score og dermed trækker kraftigt nedad. I tre af fire dimensioner (Relevans undtaget) trækkes NPS ned blandt de negative og de neutrale.

Jo højere grad af usability ved et køb, jo større er sandsynlighed for at kunden anbefaler butikken til andre.



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Levede butikken op til dine forventninger om betaling og levering af det, du bestilte?

Foreslog netbutikken dig at købe andre produkter, som var relevante for dig?

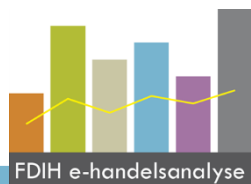
Stod netbutikken til rådighed, hvis du fik behov for at kontakte dem?

Var oplevelsen nem og bekvem for dig som forbruger – uanset, om du købte ind via pc, telefon eller tablet-computer?

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

E-HANDEL VIA MOBILE ENHEDER

Søgning og køb, handelshyppighed og hvem bruger pc, smartphone eller tablet



FDIH e-handelsanalyse

postnord



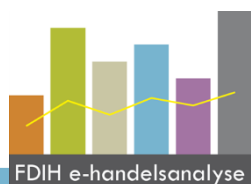
w | Wilke

Søgning og køb med mobile enheder

Varer bliver i 39% af tilfældene undersøgt via mobile enheder, mens 29% købes. For begge tilfælde er der tale om signifikante stigninger ift. 2015 på hhv. 15% (5 procentpoint) og 16% (4 procentpoint).



| | | | | |
|---------|------|-----|-----|-----|
| Søgning | 2016 | 57% | 18% | 21% |
| | 2015 | 62% | 13% | 21% |
| Køb | 2016 | 69% | 11% | 18% |
| | 2015 | 74% | 7% | 18% |



postnord



W | Wilke

2016 14.855 besvarelser



Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?
På hvilken af disse platforme startede du din søgning efter den vare/tjeneste, du købte?

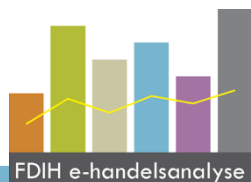
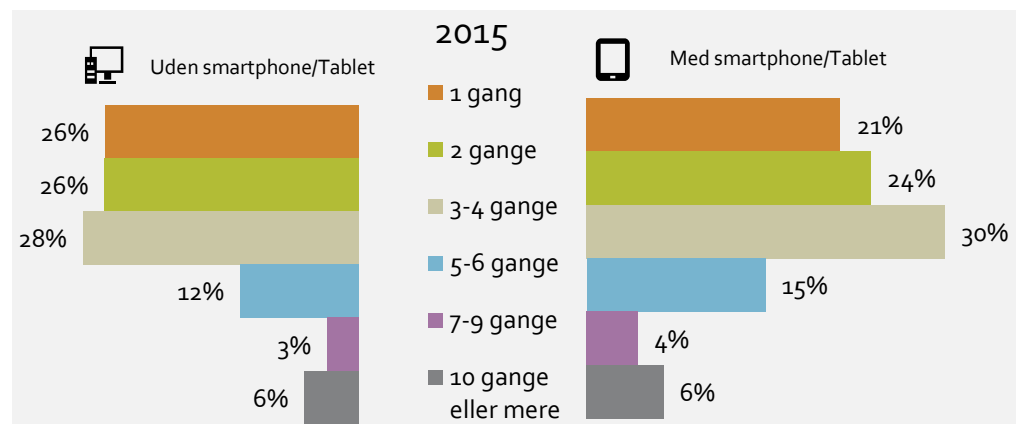
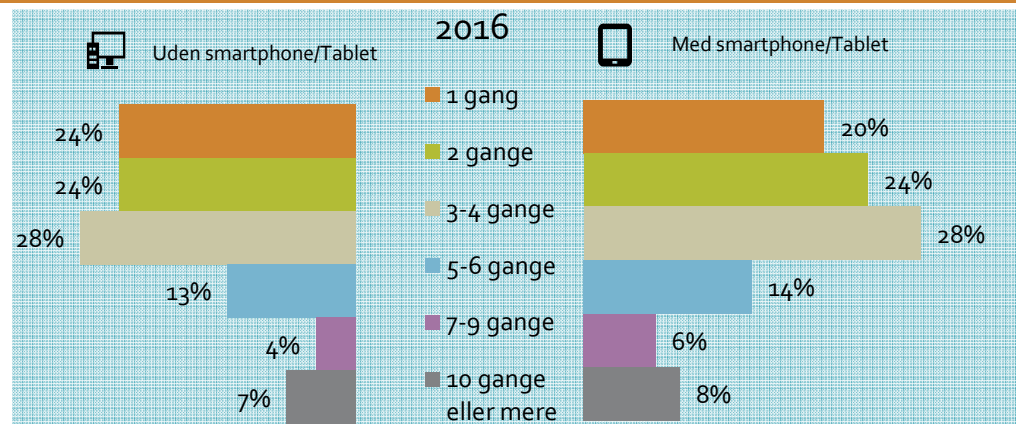
Handelshyppighed med mobile enheder

Dem, der handler via smartphone eller tablet, handler oftere end dem uden. Det er blevet en smule mere udtalt siden 2015.

28% af dem, der har smartphone eller tablet, har handlet minimum 5 gange om måneden, mens gruppen uden udgør 24%.

Dem uden smartphone eller tablet har dog øget deres handelshyppighed siden 2015, men der er stadig et hul op til dem med smartphone eller tablet.

28% af danskere med smartphone eller tablet handler minimum 5 gange om måneden på deres smartphone eller tablet.



postnord



W | Wilke

2016 14.855 besvarelser



Hvis du tænker tilbage på den seneste måned, hvor mange gange har du så handlet på internettet? Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?

Copyright FDIH © 2017

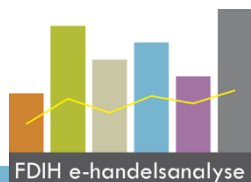
Side 62

Mobile enheder pr. befolkningsgruppe

Børnefamilierne øger deres brug af mobile enheder, så 41% af deres køb i 2016 er sket med en smartphone eller tablet. De unge foretrækker klart smartphones, mens midaldrende og pensionister primært er mobile købere på tablets.



| | Søgning | Køb | Søgning | Køb | Søgning | Køb |
|---|---------|-----|---------|-----|---------|-----|
| De unge (18-25 år) | 57% | 74% | 30% | 17% | 9% | 6% |
| Børnefamilier (Voksne med hjemmeboende børn - 26 -50 år) | 42% | 57% | 30% | 18% | 23% | 23% |
| Singler og par (Voksne uden hjemmeboende børn - 26-50 år) | 57% | 69% | 23% | 15% | 17% | 14% |
| De midaldrende (51 - 64 år) | 62% | 73% | 8% | 5% | 27% | 22% |
| Pensionister (65+) | 70% | 79% | 4% | 2% | 22% | 17% |



FDIH e-handelsanalyse

postnord

MobilePay
by Armasia

W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?
På hvilken af disse platforme startede du din søgning efter den vare/tjeneste, du købte?

Copyright FDIH © 2017

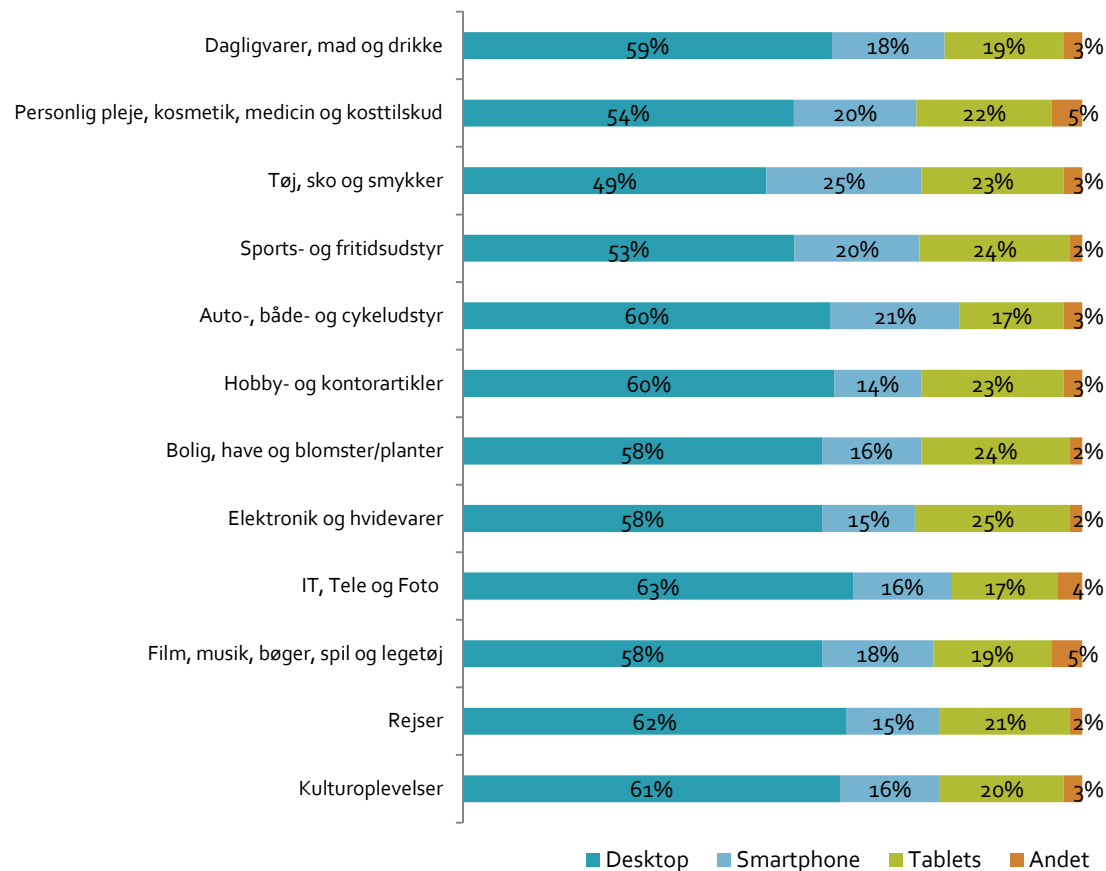
Side 63

Varesøgning med mobile enheder

48% af alle søgninger indenfor *Tøj, sko & smykker* skete med enten smartphone eller tablet, tæt forfulgt af *Sports- og fritidsudstyr* med 44% af søgningerne fra mobile enheder.

Størst stigning af søgninger indenfor *Hobby- og kontorartikler* sammenlignet med 2015. Søgning med mobile enheder er steget fra 26% i 2015 til 37% i 2016, svarende til en stigning på 42%.

Søgninger med mobile enheder indenfor kategorien Hobby- og kontorartikler er steget med 42% i 2016.



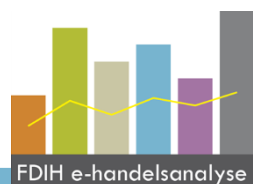
2016



14.855 besvarelser



På hvilken af disse platforme startede du din søgning efter den vare/tjeneste, du købte?
Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?



postnord



W | Wilke

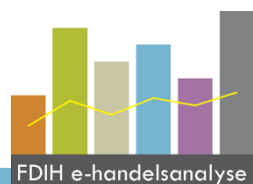
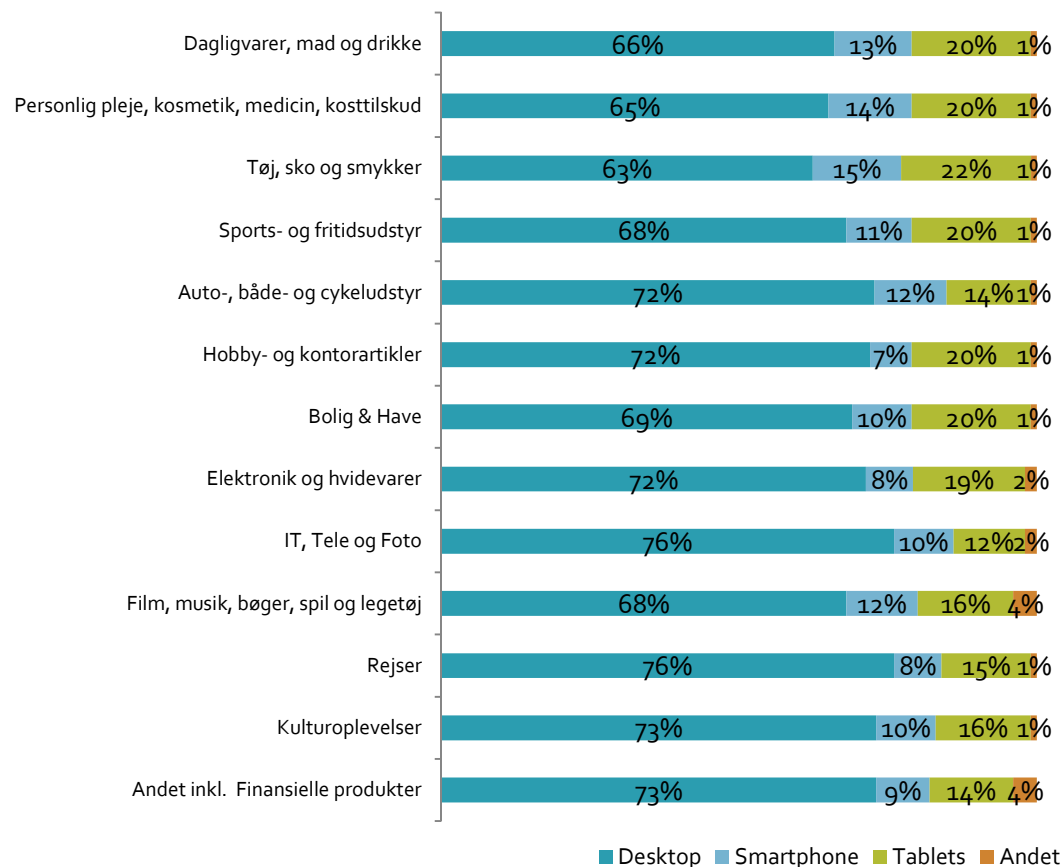
Varekøb med mobile enheder

37% af alle køb indenfor *Tøj, Sko & Smykker* skete med smartphone eller tablet i 2016, hvilket er en stigning fra 32% sidste år.

Nærmeste efterfølger er *Personlig pleje* med 34% og *Dagligvarer, Mad & Drikke* med 33%.

Personlig pleje er den kategori som er steget mest det seneste år fra 25% til 34%, svarende til en stigning på 36%.

Køb med mobile enheder indenfor kategorien Personlig pleje, kosmetik, medicin og kosttilskud er steget med 36% i 2016.



postnord



W | Wilke

2016



14.855 besvarelser



Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?
Hvilken vare eller tjeneste købte du seest på nettet?



OM ANALYSEN

Brug E-handelsanalysen til at træffe de rigtige beslutninger,
metode, kontakter hos FDIH



postnord



w | Wilke

Træf de rigtige beslutninger med de rigtige data

Sidder du og mangler tal til din ledelse, bestyrelse eller strategi, der beskriver det danske e-handelsmarked? Med solidt datagrundlag fra FDIH e-handelsanalyse vil vi kunne hjælpe dig.

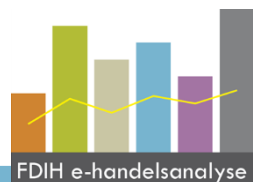
Som de eneste samler FDIH månedlige data om 1.200 forbrugeres adfærd på nettet, deres køb af varer og services fordelt på 13 varekategorier og 84 varegrupper.

Analysen sætter tal på, hvor mange penge forbrugere køber for, hvilken webshop de køber hos og hvorfor. Vi kan endda levere data fordelt efter de mest gængse demografiske variable. Alt sammen for at sikre, at I træffer de rigtige beslutninger.

Kontakt os for et uforpligtende tilbud på valide forbrugerdata.

Analysechef
Simon Bjerremann
T: +45 72255611
E: sib@fdih.dk

| Top 3 varekategorier | Under kategori |
|--------------------------------|---|
| Tøj, sko og smykker N=2.684 | Herretøj |
| | Dametøj |
| | Børnetøj |
| | Sko/fodtøj |
| | Smykker |
| | Tasker og kufferter |
| | Babyudstyr |
| | Gavekort eller deals (fx til tøj, tasker) |
| | Andet |
| | Film, musik, bøger, spil og legetøj N=2.092 |
| | CD, DVD, Blu Ray, PC spil, konsolspil – fysisk leveret |
| | Download af bøger, tidsskrifter og aviser |
| | Bøger, tidsskrifter og aviser - fysisk leveret |
| | Legetøj og familiespil (fx brætspil) |
| | Online betting |
| | Gavekort eller deals |
| | Andet |
| Rejser N=1.344 | Flybillet |
| | Tog- og busbillet |
| | Hotel og feriehuse |
| | Leje af bil |
| | Pakkerejser (fx fly og hotel, charterrejser, krydstogt) |
| | Gavekort eller deals (til oplevelser/rejser/transport) |
| | Andet |



postnord



W | Wilke

Metode

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 30 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom med en gennemsnitlige interviewtid på ca. 12 minutter

Der er gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned og resulterende i alt 14.855 interviews i 2016. 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 i perioden 1. januar til 31. december. Den samlede indsamlingsperiode er underopdelt i 12 indsamlingsperioder, én pr måned. Dette er gjort for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke data, og det er dermed muligt at kigge på hele perioden som helhed, ligesom der er mulighed for at opdele undersøgelsen på enkelte måneder.

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 1.000 telefoniske interviews, der gennemføres 2 gange årligt, og senest i januar og maj 2016.

Metoden til at beregne forbrug og handler er forbedret i 2016 og anvendt i denne rapport også på datasættet for 2015. Dermed er tallene for 2015 – 2016 sammenlignelige i denne rapport, men der vel være afvigelser ift Årsrapporten fra 2015 fsa 2015 tal.

Hvor skarp er DIN netbutik til konvertering?

Bliv meget klogere på din evne til konvertering på 5 minutter

Ecommerce Benchmark er et enkelt og gratis værktøj, hvor du kan sammenligne din netbutiks performance med andre e-handlers.

Ecommerce Benchmark giver dig dermed svar på, hvor du klarer dig godt, og hvor du skal sætte ind for at forbedre din performance.

Nemt og hurtigt indblik i 21 KPI'er

Benchmarket giver dig en gratis rapport med op til 21 KPI'er. Har du ikke data på alle 21 KPI'er, står det ikke i vejen for at du kan bruge benchmarket. Du indtaster det antal KPI'er, du har adgang til, og får det samme antal i din rapport. Indtaster du 10 KPI'er, får du altså en rapport med 10 KPI'er.

Alle data er anonyme, og kan ikke kobles til din virksomheds navn. Tidsperioden, som du skal rapportere for, er det sidste halve år.

Eksempel på 5 KPI'er du får i benchmarket:

- Konverteringsrate
- CPC - Cost per click
- CPO - Cost per order
- Basket abandonment rate
- Ordrestørrelse

Hvorfor et gratis benchmark til danske e-handlere?

FDIH tilbyder benchmarket for at give de danske e-handlere mulighed for forstå egne styrker og svagheder i forhold til konkurrenterne. FDIH er det danske hovedsæde for Ecommerce Benchmark og har lanceret benchmarkbasen i samarbejde med Ecommerce Europe.

Ecommerce Benchmark er udarbejdet af den europæiske e-handelsforening, Ecommerce Foundation, en non-profit organisation, som støtter både virksomheder og industrier.

Registrer dig her og se dine 21 KPI'er i benchmarket:

<https://www.ecommercebenchmark.org/dk/register>



Yderligere informationer

FDIH e-handelsanalyse

www.fdi.dk/e-handelsanalyse

FDIH, Foreningen for Dansk Internet Handel

Slotsholmsgade 1, Børsen

1217 København K

T: +45 72255601

E: kontakt@fdih.dk

www.fdi.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



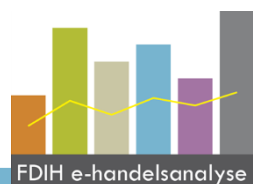
Asking for growth

Analysen er sponsoreret af PostNord og MobilePay



MobilePay
By Danske Bank

postnord



postnord



W | Wilke