



**FDIH** STYRKER  
DANSK  
E-HANDEL

# E-HANDELSANALYSE

Juni 2020 (Premium)

Fokus: Dagligvarer

Gennemføres med

**W** Wilke

Samarbejdspartnere:

 Pay

 **postnord**

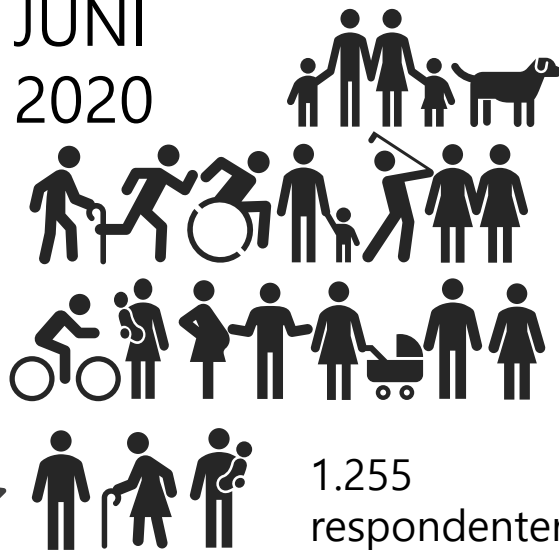
44% køber dagligvarer eller måltidskasser – i 2019 var tallet 36% Særligt blandt de unge har der været en markant stigning i online køb i kategorien

Inden for dagligvarer, mad og drikke online handler flest (63%) fast food & take away; men der er flest højfrekvente (ugentlige) brugere i dagligvare-kategorien

Forbruget i juni er igen ramt af corona med stort fald til rejser - mens mad, bolig og elektronik oplever større salg

Betalinger via mobilapps udgør i juni 20% af betalingerne

JUNI  
2020



1.255  
respondenter

33% af handlerne i juni blev foretaget via en smartphone

Netto forventer 18%, at de vil handle mere de næste 12 måneder end de har gjort de seneste 12

49% af forbrugerne har handlet på nettet den seneste uge

Topscoren på NPS i juni er *hobby/kontorartikler/foto* med en NPS på 43

13% af de e-handlende forbrugere har også et erhvervsmæssigt indkøbsansvar. Hver tredje (32%) erhvervsindkøber foretager stort set alle (90%+) erhvervskøb digitalt

# Indholdsfortegnelse

Handelshyppighed	Side 5
Abonnementskøb	Side 7
Andel af handler og forbrug	Side 8
Forbrug juni 2020 vs. juni 2019	Side 9
Gennemsnitspriser pr køb	Side 10
Betalingsform og -kort	Side 11
NPS efter varekategori	Side 13
Forventet e-handel fremover	Side 15
Business-to-business	
Erhvervsmæssigt indkøbsansvar	Side 19
Erhvervsmæssig købsfrekvens og budget	Side 20
Erhvervskøbte varegrupper	Side 21
Månedens Fokus: Online køb af dagligvarer, mad og drikke	
Online dagligvarer, mad og drikke – kategorier	Side 24
Online dagligvarer – udvikling	Side 25
Fast food, Take Away, Vin og spiritus	Side 26
Dagligvarer i løssalg – fordele & kunder	Side 29
Måltidskasser – fordele & kunder	Side 31
Barrierer for køb af dagligvarer online	Side 33
Forventninger til fremtidige køb i kategorien	Side 35
Om analysen	Side 37





# GENERELT OM E-HANDEL

- ✓ Handelshyppighed
- ✓ Enhed
- ✓ Forbrug og handler ad hoc
- ✓ Abonnementsandele
- ✓ Gennemsnitspriser
- ✓ Forventninger til årets handel

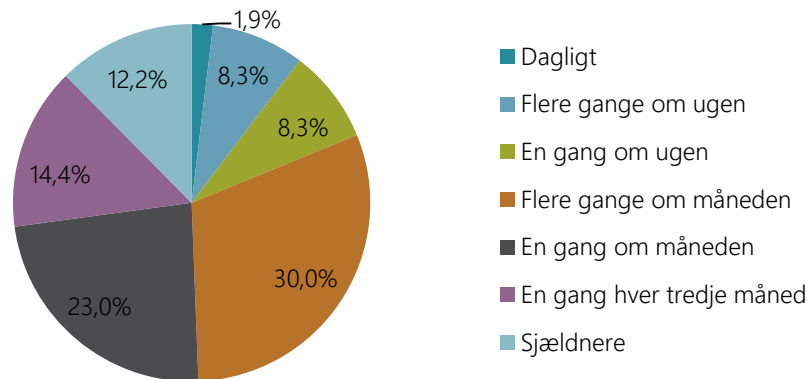


# HANDELSHYPPIGHED OG ENHED

49% af forbrugerne har handlet i løbet af den seneste uge i juni. Det er et fald ift. maj måned men klart højere end juni måned 2019, hvor andelen var på 43%. Andelen af handlende forbrugere er dermed fortsat langt højere end før corona ramte Danmark.

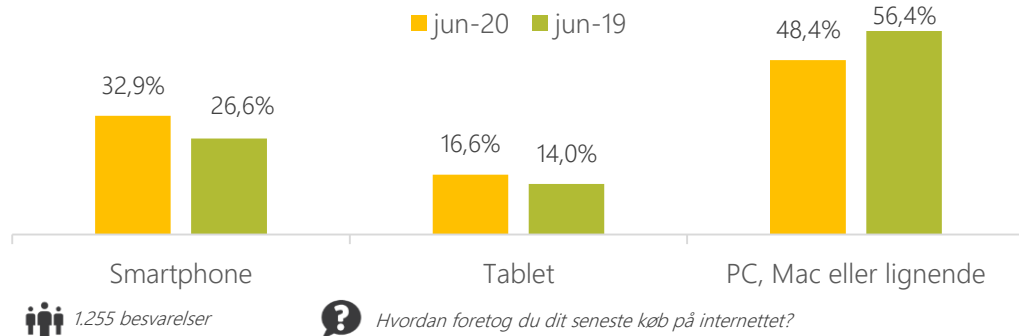
Konverteringer på enheder vender lidt tilbage til før-corona i juni måned: PC falder til under halvdelen for første gang i flere måneder, mens smartphones står for knap hver tredje køb.

*49% af forbrugerne har handlet i løbet af den seneste uge i juni*



2.626 besvarelser

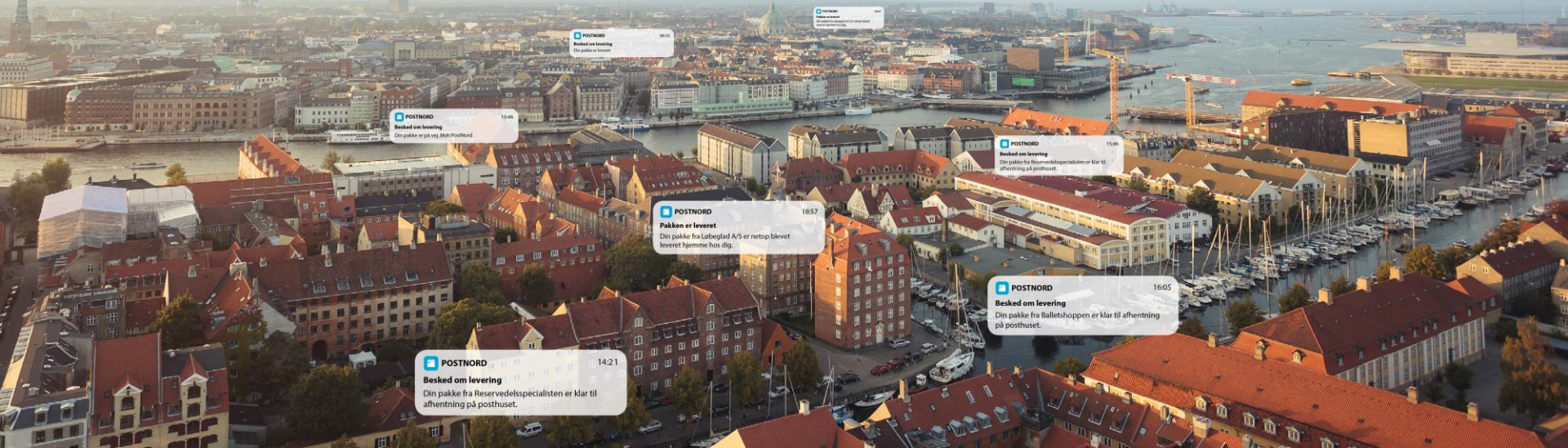
[Har handlet seneste uge]: Hvor ofte handler du generelt på internettet?



1.255 besvarelser

Hvordan foretog du dit seneste køb på internettet?

# Vi leverer i år 59 millioner pakker til hele Danmark



Med PostNord kan du få leveret din pakke helt hjem til din dør. Du kan også vælge at hente den på et af vores 2000 posthuse eller i en Pakkeboks nær dig.

Gør som mere end 900.000 danskere og hent vores app. Med PostNord-appen kan du følge din pakke hele vejen, så ved du altid hvor langt den er og hvornår den er fremme.

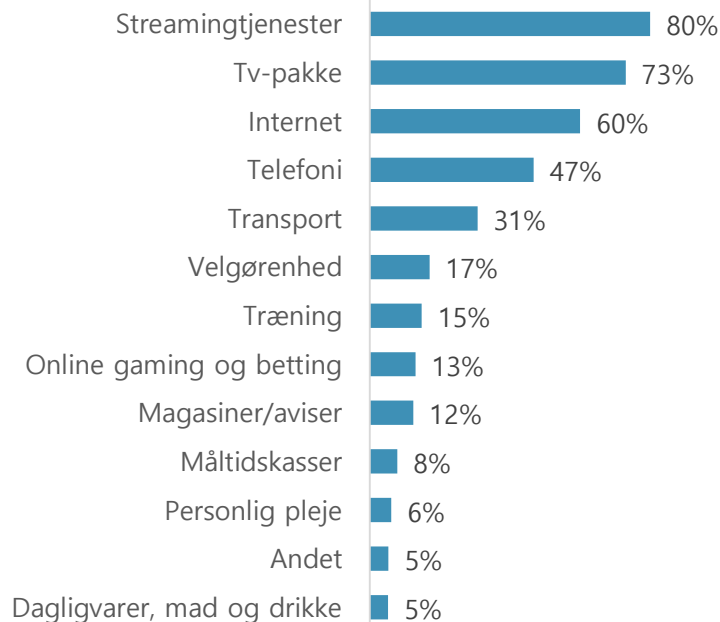
# postnord

**Pakker til hele Danmark**

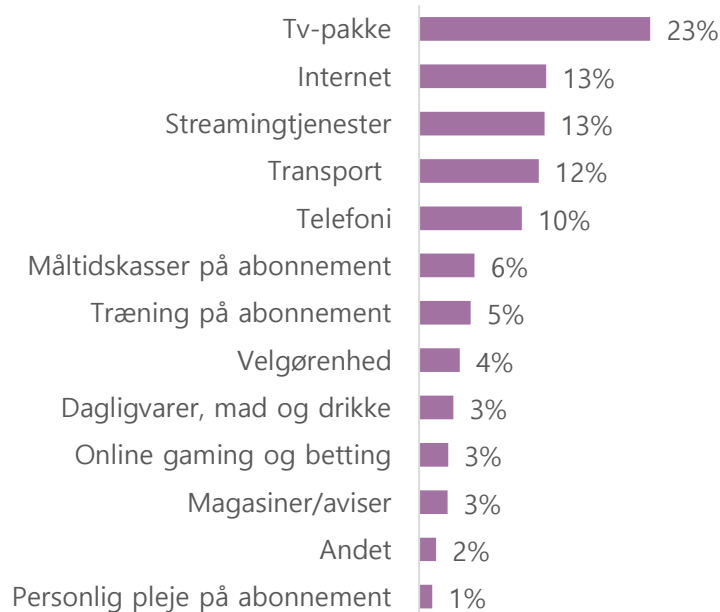
# FORBRUG PR. KATEGORI PR. MÅNED - ABONNEMENT

Streaming er den klart mest anvendte digitale abonnements-tjeneste, men TV-pakker (som dog kan inkludere streamingtilbud) har den største andel af forbruget. Andelene for måltidskasser og dagligvarer ligger fortsat ca. 50% over niveauet for 2019.

Andel med digitalt tegnet abonnementet



Andel af forbrug



# FORBRUG OG HANDLER, AD HOC KØB

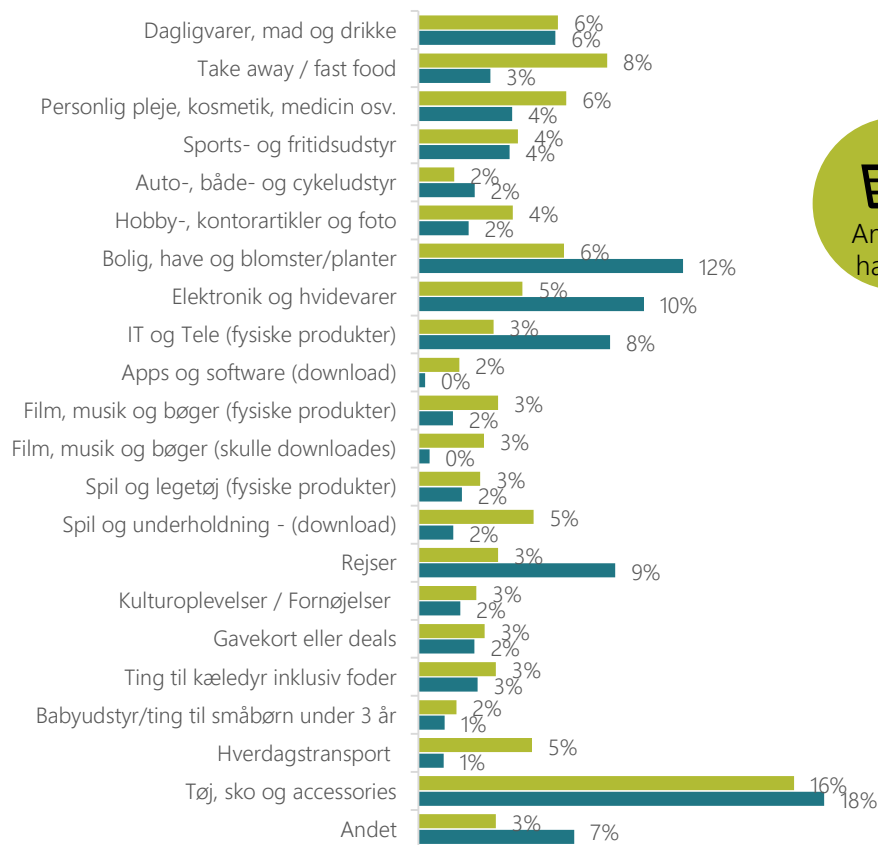
Andelen af handler og forbrug i juni måned viser, at corona-krisen fortsætter med at påvirke flere kategorier kraftigt. *Rejser* (og ferie) ligger med 9% af forbruget, hvor kategorien i samme måned sidste år udgjorde en tredjedel af danskernes online forbrug.

*Tøj, sko og accessories* fastholder en andel på niveau med 2019 og står for 16% af handlerne samt 18% af forbruget. Typisk har kategorien lavere gennemsnitspriser end det generelle køb, men i juni var prisniveauet bedre og kategorien fik derfor en større andel af forbruget end andelen af handler indikerer.

*Dagligvarer* når ikke så højt som set i de foregående måneder, men ligger fortsat over niveauet for 2019. *Bolig & Have, Elektronik & Hvidevarer* samt *IT & Tele* har alle højere andele end før corona.

*Corona påvirker fortsat forbruget i juni markant – rejse/ferie er igen den store taber mens flere kategorier har fremgang*

## Andel af handler og forbrug – ad hoc køb



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



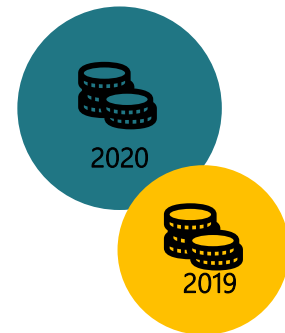
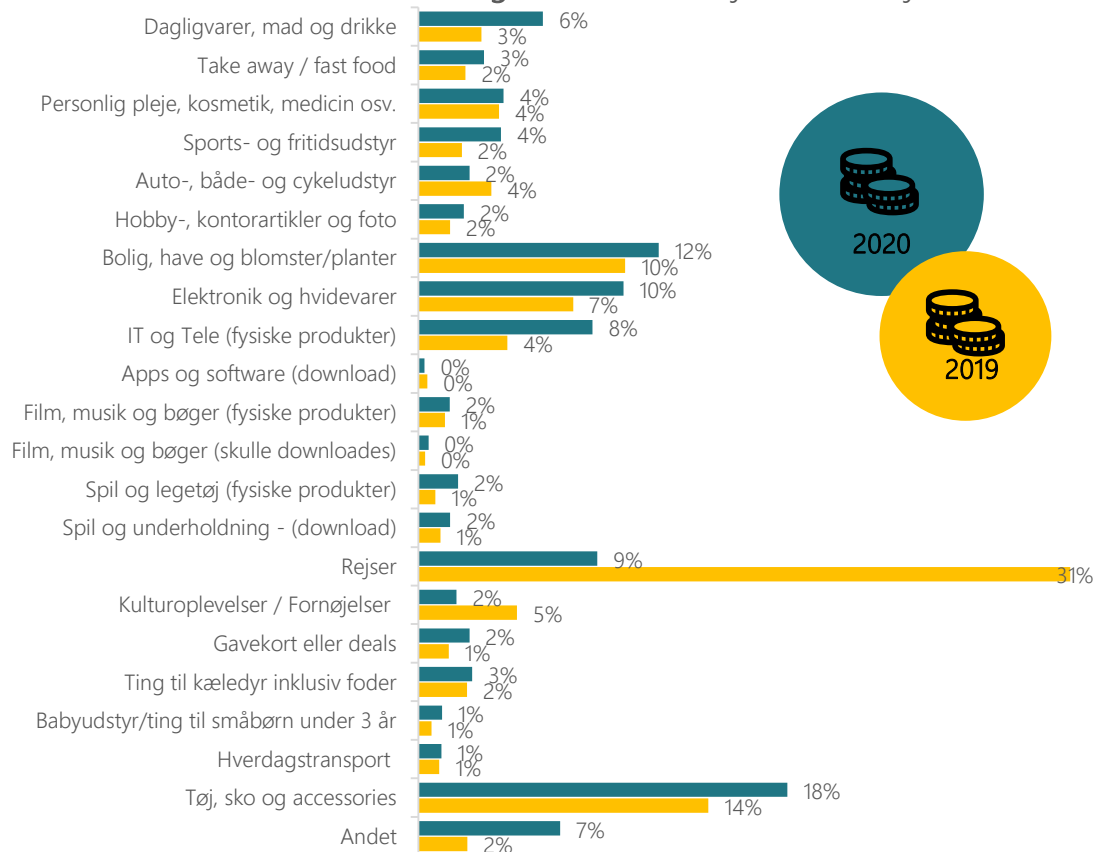
# FORBRUGSUDVIKLING JUNI 2020 VS JUNI 2019

Corona fortsatte med at påvirkede e-handlen kraftigt i juni måned. Forskellen ift. juni 2019 er tydelig, som også set i de foregående måneder.

Andel af forbrug, der går til *rejser* er faldet fra 31% til 9%, mens *kultur* også er udsat for et stor reduktion af forbruget.

*Tøj, sko og accessories* ligger klart højere end juni 2019, hvilket også gør sig gældende for især *IT & Tele* samt Dagligvarer, mad og drikke.

Andel af forbrug – ad hoc køb – juni 2020 ift juni 2019



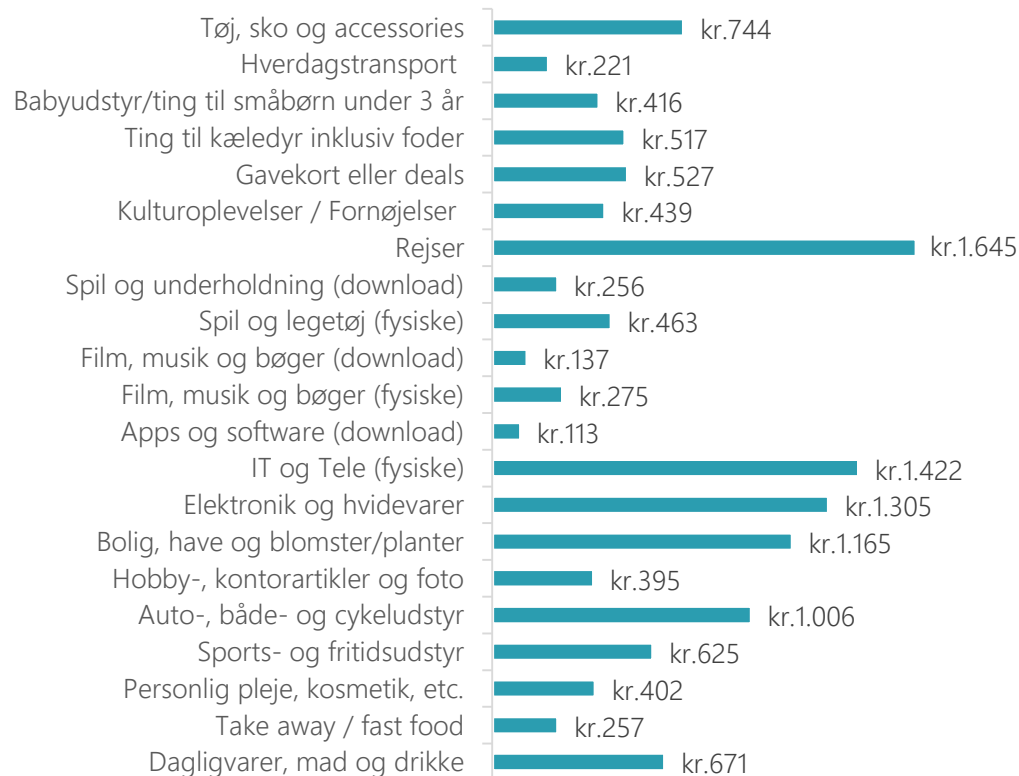
# GENNEMSNITSPRISER I JUNI

Gennemsnitsprisforbruget pr. handel var i juni på 669 kroner. Det er marginalt højere end april og maj, men klart lavere end vi generelt ser pga. den lave andel af *rejser*, hvor gennemsnitspriserne desuden er væsentligt lavere end før corona.

*IT & Tele* ligger næsthøjest med 1.422 kr, mens *Elektronik & hvidevarer* følger efter med 1.305 kr. *Bolig & Have* ligger også i den høje ende med gennemsnitskøb på 1.165 kr.

Lavest ligger de digitale versioner af *film, musik & bøger* samt *apps & software*.

## Gennemsnitskøb denne måned



1.255



Hvad var prisen på dit seneste køb på internettet, inkl. fragt mm.?



# BETALING PÅ NETTET

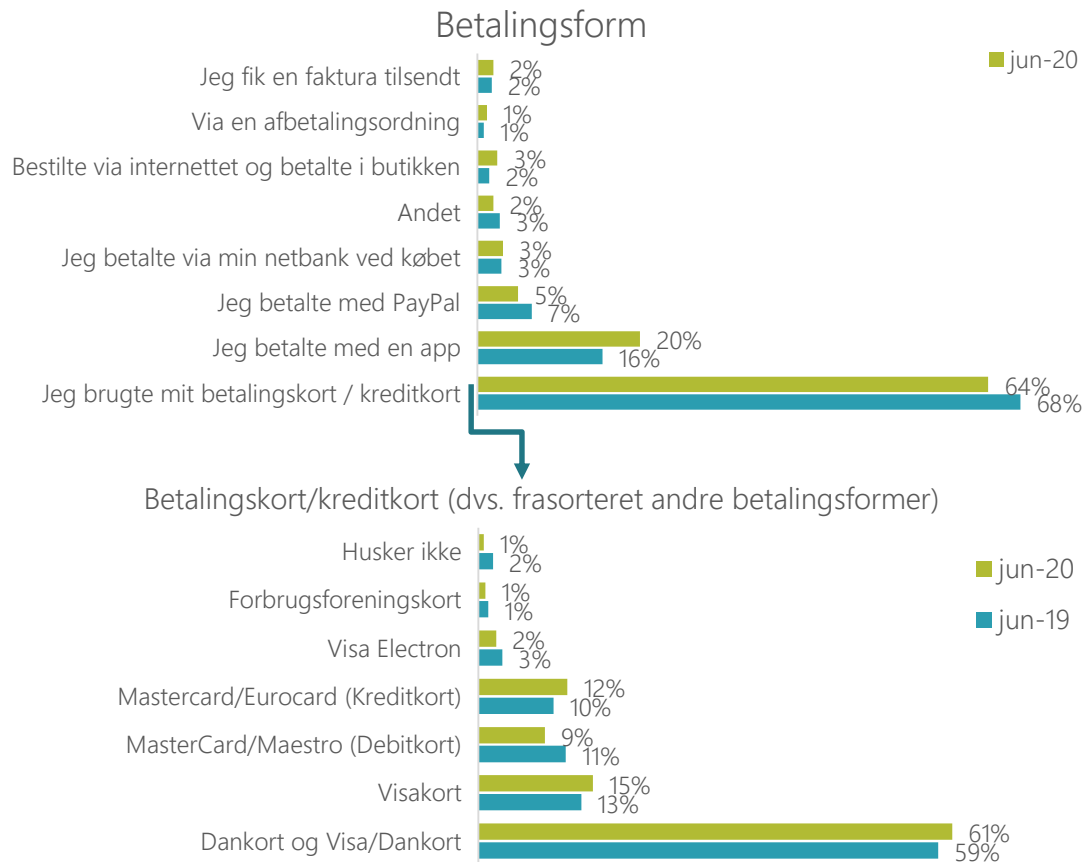
- ✓ Betalingsmidler på nettet
- ✓ Betalingsform og kort
- ✓ Udvikling ift. samme måned sidste år

## Betalingsform og -kort

Knap 2 ud af 3 betalinger i juni er med betalingskort – 4%-point mindre end juni 2019. Mobilapps bruges ved hver femte handel, hvilket er 4%-point mere end i 2019. PayPal ligger omvendt under niveauet for 2019.

På betalingskort er det stadig Dankort og Visa/Dankort, der er størst med en lille stigning ift. 2019. Mastercard-varianterne har 21% af kortbetalingerne, mens visakortene sidder på 17%.

*Hver femte handel blev i juni betalt via mobilapps.*



1.255/803 besvarelser

Hvordan betalte du for dit seneste køb på internettet?  
Hvilket betalings- eller kreditkort anvendte du? (Excl. husker ikke)



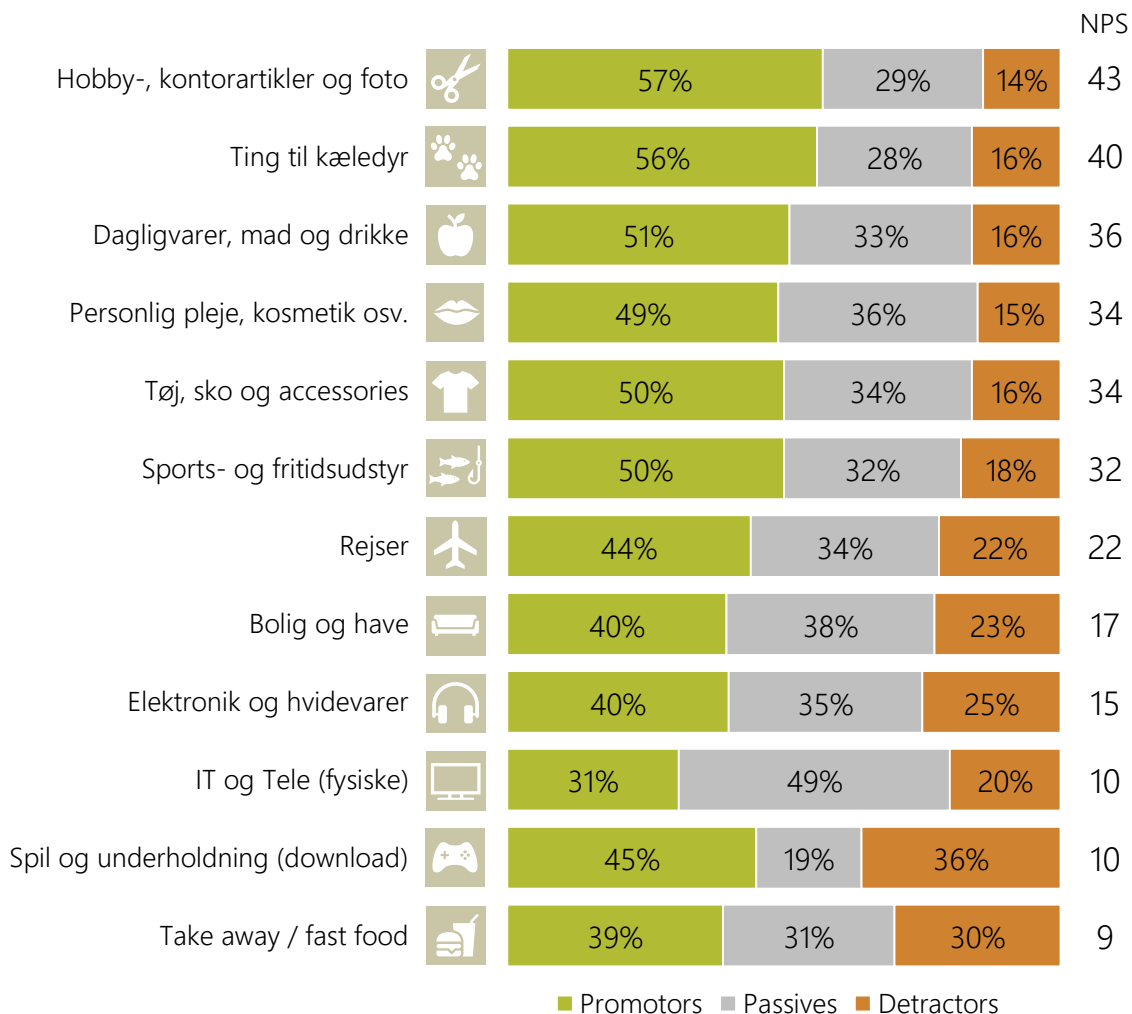


NPS

# NPS EFTER VAREKATEGORI

Topscoren på NPS i juni er kategorien *Hobby-, kontorartikler og foto* med en NPS på 43. Således en god måned for kategorien, som tilbage i maj havde en NPS på 35 (gennemsnitlig NPS for 2019 var 29).

Kategorierne *Dagligvarer, mad og drikke*, *Personlig pleje*, *Tøj, sko og accessoires* samt *Sports- og fritidsudstyr* scorede alle vældig høje NPS-scorer tilbage i maj, men falder lidt i niveau i juni. De ligger imidlertid ikke under deres gennemsnitlige niveau for 2019.



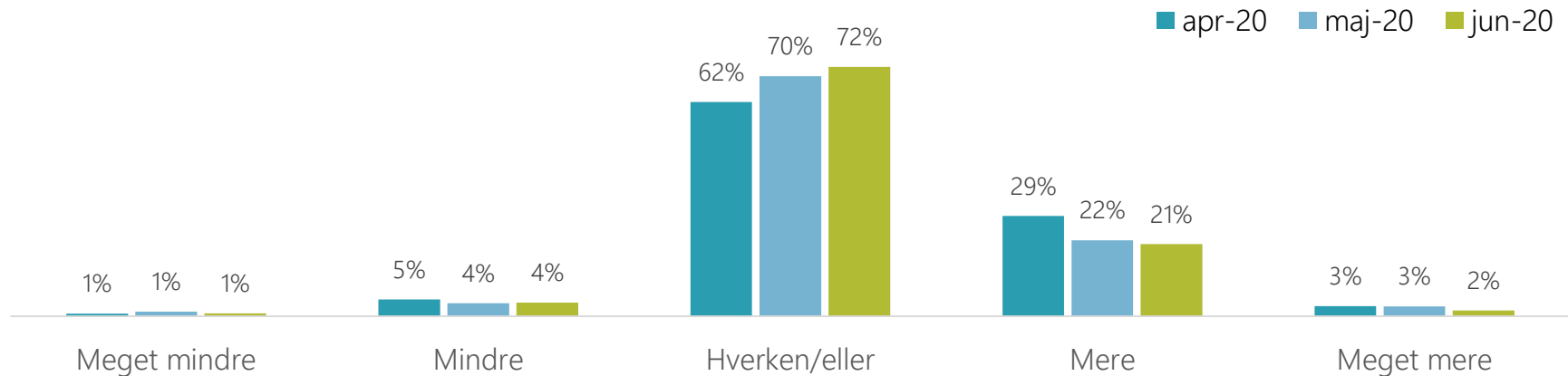


# FORBRUGERNE

- ✓ Forventninger til fremtid

# Forbrugernes forventninger til deres e-handel de næste 12 måneder

I juni måned er forventningerne til de næste 12 måneders e-handelskøb knap så optimistiske, som vi så i april og maj. Andelen, der forventer at købe **mere de næste 12 måneder** er på 23%, mens 5% forventer at købe mindre. *Netto mener 17,8% at de vil e-handle mere de kommende 12 måneder*, end de har gjort de seneste 12.



1.255 besvarelser  
(juni)



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



# Omtanke for en grøn fremtid – 67% mindre CO<sub>2</sub> på 10 år



**POSTNORD** 13:54

Kirsten bruger vores bæredygtige emballage, der sparer op til 42% CO<sub>2</sub>.



**POSTNORD** 8:31

Per tester en pakkebil, der kører på ren el og leverer mere miljøvenligt.



**POSTNORD** 10:31

Jacob tester en elcykel, der kan erstatte pakkebilen og dermed sænke brændstof-forbruget i byen.

Hos PostNord leverer vi 59 millioner pakker om året, og vi gør det så bæredygtigt som muligt. Faktisk har vi de sidste 10 år reduceret vores samlede CO<sub>2</sub>-udslip med 67% og mere end halveret udledningen pr. pakke. Og vi er slet ikke færdige! Mange nye initiativer er allerede igang: Vi tester elcykler i byerne, pakkebiler, der kører på ren el, og bæredygtig emballage, der sparer op til 42% CO<sub>2</sub> i forhold til engangsemballage. Vi glæder os til at blive endnu mere miljøvenlige i 2020!

# postnord

Omtanke for en grøn fremtid



# BUSINESS TO BUSINESS

- ✓ Andel med indkøbsansvar
- ✓ Indkøbsfrekvens & budget
- ✓ Erhvervskøbte varegrupper

# ERHVERVSMÆSSIGT INDKØBSANSVAR

I juni havde 13% af de e-handlende forbrugere også et erhvervsmæssigt indkøbsansvar. Det svarer til godt 1 ud af 5 (21%) af de erhvervsaktive forbrugere.

Blandt de erhvervsindkøbende har 6 ud af 10 (61%) handlet mindst halvdelen af deres erhvervsindkøb digitalt, og næsten hver tredje (32%) har handlet mellem 90-100% online.

*Knap 1 ud af 3 erhvervsindkøbende har købt næsten alle (>90%) af deres erhvervsindkøb online i juni.*

## Erhvervsmæssigt indkøbsansvar



1.255



Har du indkøbsansvar ifm. dit arbejde?

## Onlineandel af erhvervskøb



163  
(Har indkøbsansvar ifm. arbejde)



Hvor stor en procentdel af dit erhvervsindkøb i kr. foretager du ca. digitalt/via internettet?

# ERHVERVSMÆSSIG KØBSFREKVENNS OG BUDGET

I juni har 29% af de erhvervsindkøbende handlet online/digitalt på minimum ugentlig basis. Yderligere 40% handler 1 – 4 gange månedligt.

31% af de erhvervsindkøbene har i juni handlet for over 10.000 kr. online i B2B-regi, og niveauet for juni er dermed lidt under gennemsnittet for 2019.

*29% af dem med erhvervs-mæssigt indkøbsansvar foretog erhvervskøb ugentligt på nettet i juni*

Hvor ofte foretages erhvervsmæssige indkøb digitalt

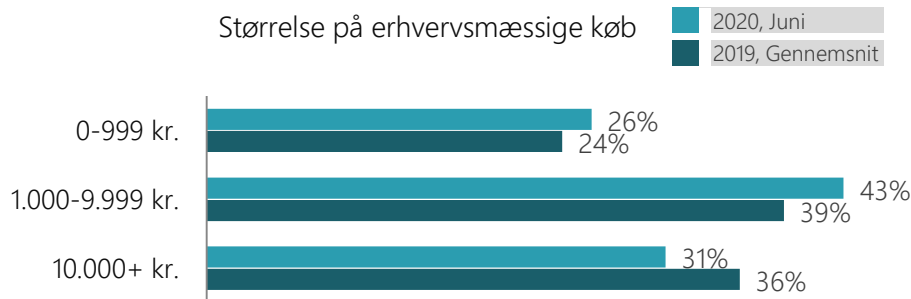


163  
(Har indkøbsansvar ifm. arbejde)



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

Størrelse på erhvervsmæssige køb



163  
(Har indkøbsansvar ifm. arbejde)



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



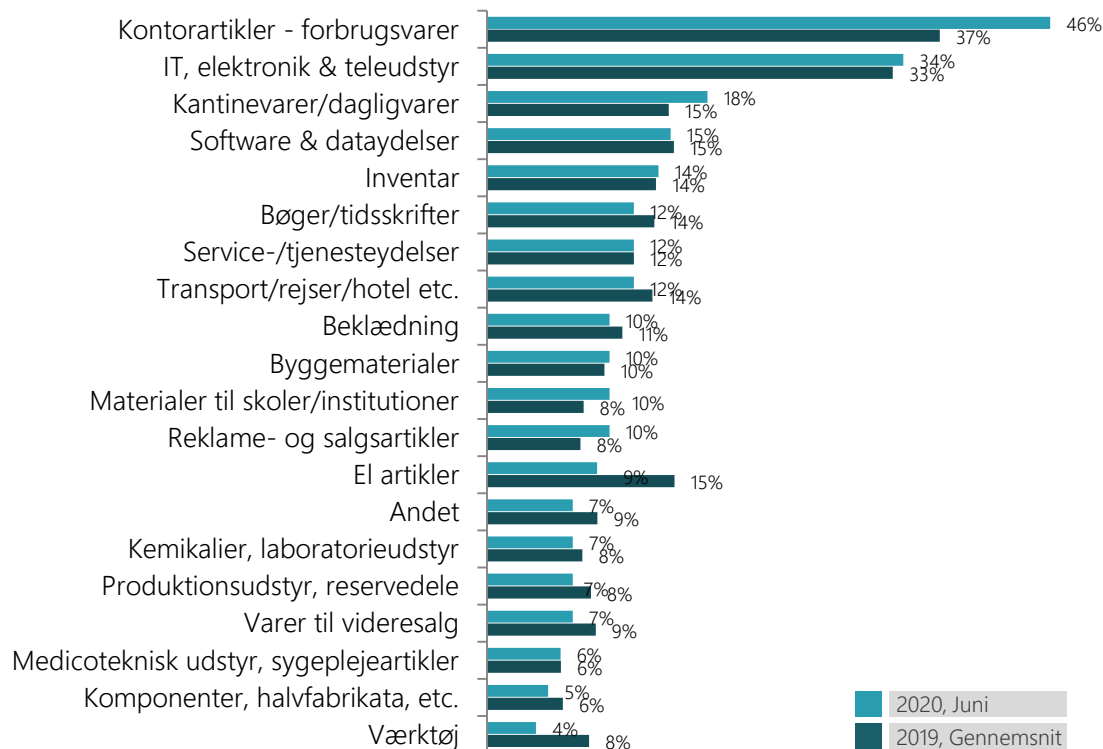
# ERHVERVSKØBTE VAREGRUPPER

*Kontorartikler samt IT, elektronik & teleudstyr, fortsætter som de mest almindelige B2B køb i juni. Forbruget af kontorartikler ligger sågar væsentligt over det normale.*

Erhvervsindkøbende har i gennemsnit handlet i 2,6 varekategorier i juni, hvilket er med til at bekræfte, at de digitale køb er væsentlige for store del af virksomhedernes B2B køb.

*I juni handlede  
erhvervsindkøbende i  
gennemsnit i 2,6 varekategorier*

## Varegrupper, der typisk købes erhvervsmæssigt online



163

(Har indkøbsansvar ifm. arbejde)



Hvilke varegrupper køber du typisk erhvervsmæssigt online?

**Swedbank Pay.**

**Når det er nemt at betale,  
sælger du mere.**

[swedbankpay.dk](https://swedbankpay.dk)

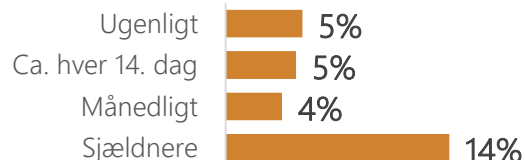
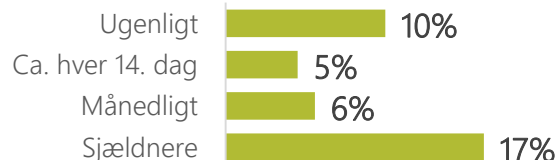
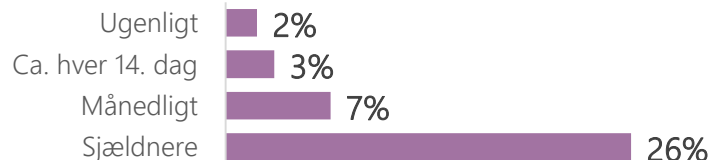
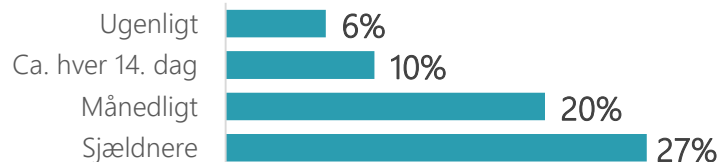


**Pay**



MÅNEDENS  
FOKUS:  
ONLINE KØB AF  
DAGLIGVARER,  
MAD OG DRIKKE

# Næsten 2 ud af 3 køber fast food & take away online – "ugentligt" fører dagligvarer



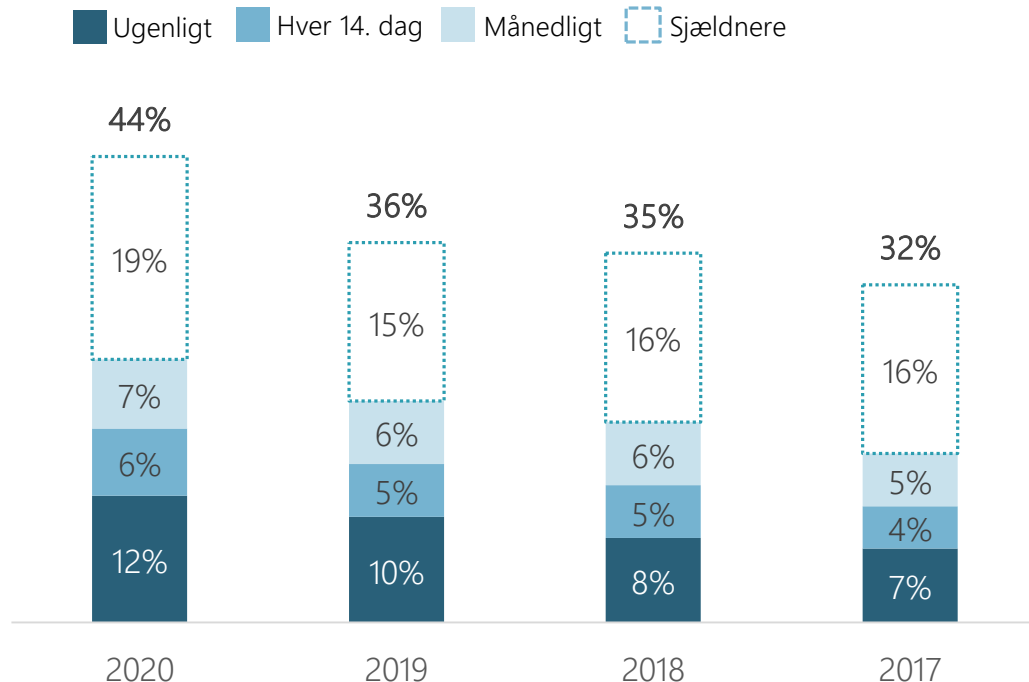


# ONLINE DAGLIGVAREHANDEL

2020 har været et år, hvor der er sket en markant stigning i andelen af forbrugere, som har kastet sig ud i at handle dagligvarer på internettet. Dermed har corona i høj grad har været med til at accelerere en allerede igangværende udvikling, hvor fødevarer i højere og højere grad handles online.

*Andelen af forbrugere, som handler dagligvarer på nettet er steget med 8 procentpoint i løbet af det sidste år*

## Handler dagligvarer og/eller måltidkasser på nettet



1.255 besvarelser



Hvor ofte køber du/får du leveret følgende typer af dagligvarer, mad & drikke købt ONLINE? Dagligvarer i løssalg og/eller måltidkasser (samlet)  
!NB at sammenligning på tværs af år skal foretages med varsomhed pga. metodeændring i '19

# ONLINEHANDEL AF FAST FOOD & TAKE AWAY SAMT VIN OG SPIRITUS

Det er ikke kun dagligvarer og måltidskasser som er et voksende marked på internettet. Onlinekøb af fast food og take away samt køb af vin og spiritus på nettet stiger også.

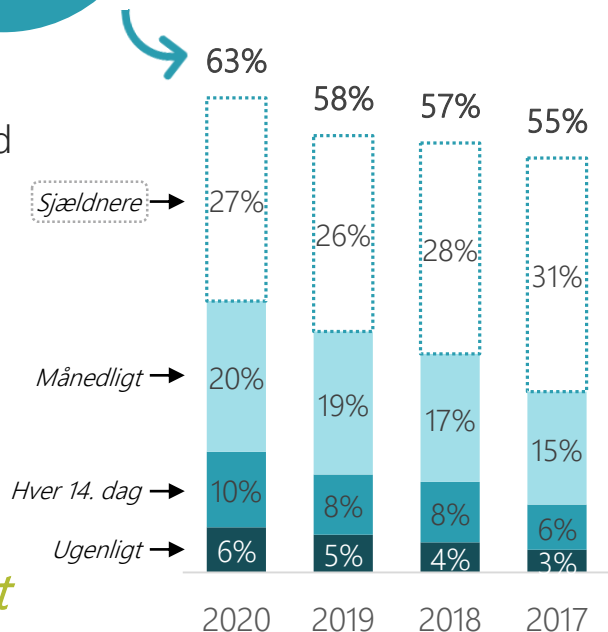
Det forholdsvis markante spring som salget har taget fra 2019 til 2020 er dermed hjulpet godt på vej af COVID19.

*Onlinesalget af fast food samt vin og spiritus er steget markant fra 2019 til 2020*

63%

onlinehandler  
Fast food &  
Take away

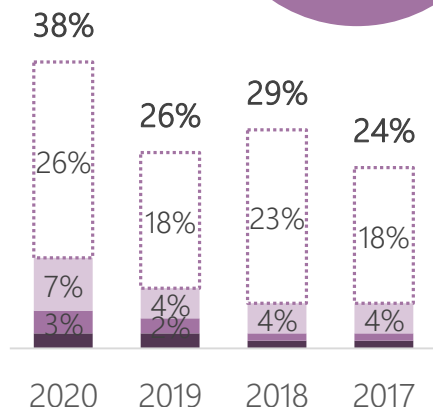
## Fast food & take away



## Vin & spiritus

38%

onlinehandler  
Vin & spiritus



2020:  
1.255 besvarelser



Hvor ofte køber du/får du leveret følgende typer af dagligvarer, mad & drikke købt ONLINE? Vin & Spiritus, Fast-food & Take-away  
!NB at sammenligning på tværs af år skal foretages med varsomhed pga. metodeændring i '19

# FAST FOOD & TAKE-AWAY

Næsten 2 ud af 3 forbrugere (63%) handler nu fast food og take away på nettet. Der er imidlertid store forskelle på hvilke forbrugsgrupper, som især handler fast food og take away på nettet. To udslagsgivende faktorer i denne sammenhæng er alder og bopæl i forhold til land og by. Rimeligt entydigt ses det, at jo yngre forbrugerne er samt jo større en by de bor i, jo mere handler de fast food og take away på nettet.

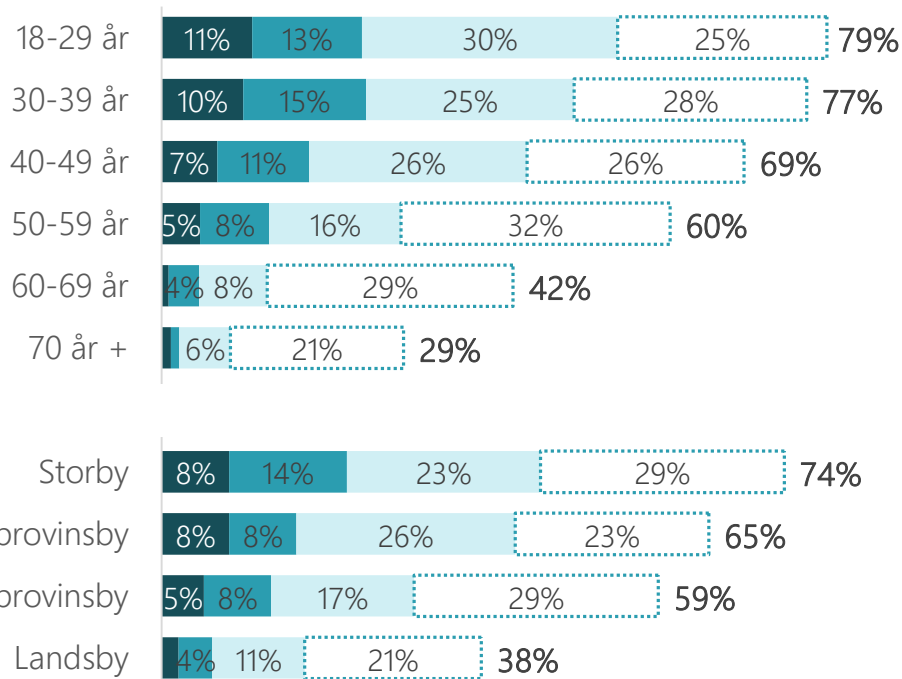
*Fast food og take away handles især af unge og forbrugere i byerne*



her er hvem

## Handler Fast food & Take-away på nettet...

■ ..ugenligt ■ ..hver 14. dag ■ ..månedligt □ ..sjældnere



# VIN & SPIRITUS

Der er tre udslagsgivende faktorer, som spiller ind i forhold til hvem som handler vin og spiritus på nettet. Mænd handler i mere ud-bredt grad end kvinder vin og spiri-tus på nettet, men alder spiller også en rolle. I aldersgruppen 30-39 år handler næsten hver anden (47%) forbruger vin og spiritus online, mens de ældste aldersgrupper i mindre grad er hoppet med på vognen. Sidste aspekt er bopæl i forhold til land og by, hvor især forbrugere i storbyerne handler vin og spiritus online.

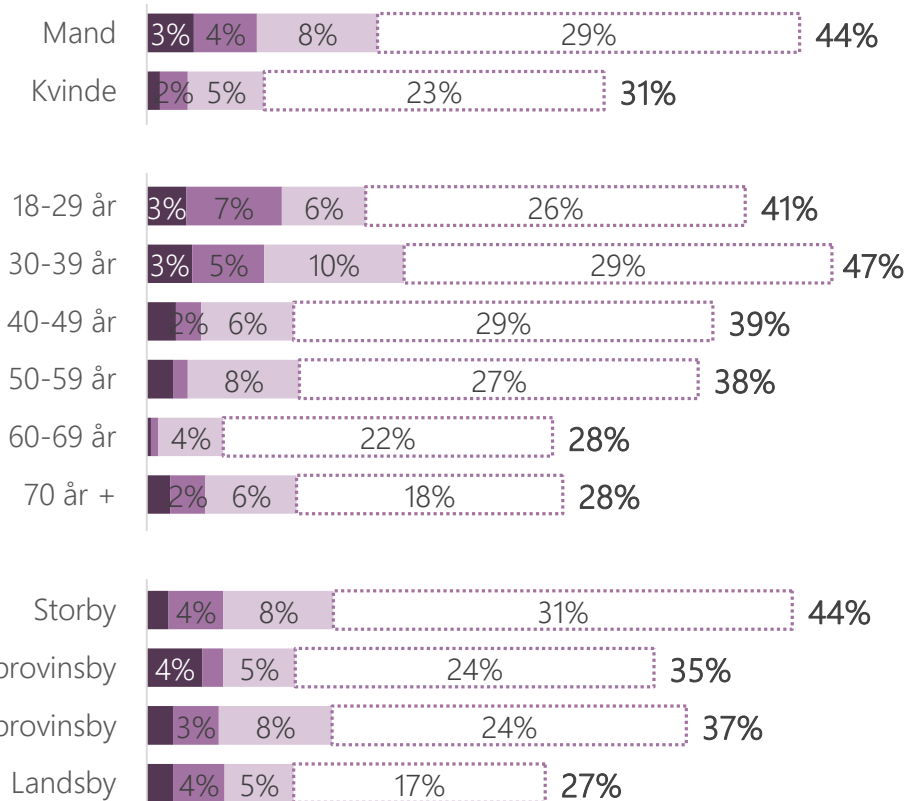
*Næsten hver anden 30-39 årig handler vin og spiritus online*



her er hvem

## Handler Vin & spiritus på nettet...

■ ..ugenligt ■ ..hver 14. dag ■ ..månedligt □ ..sjældnere



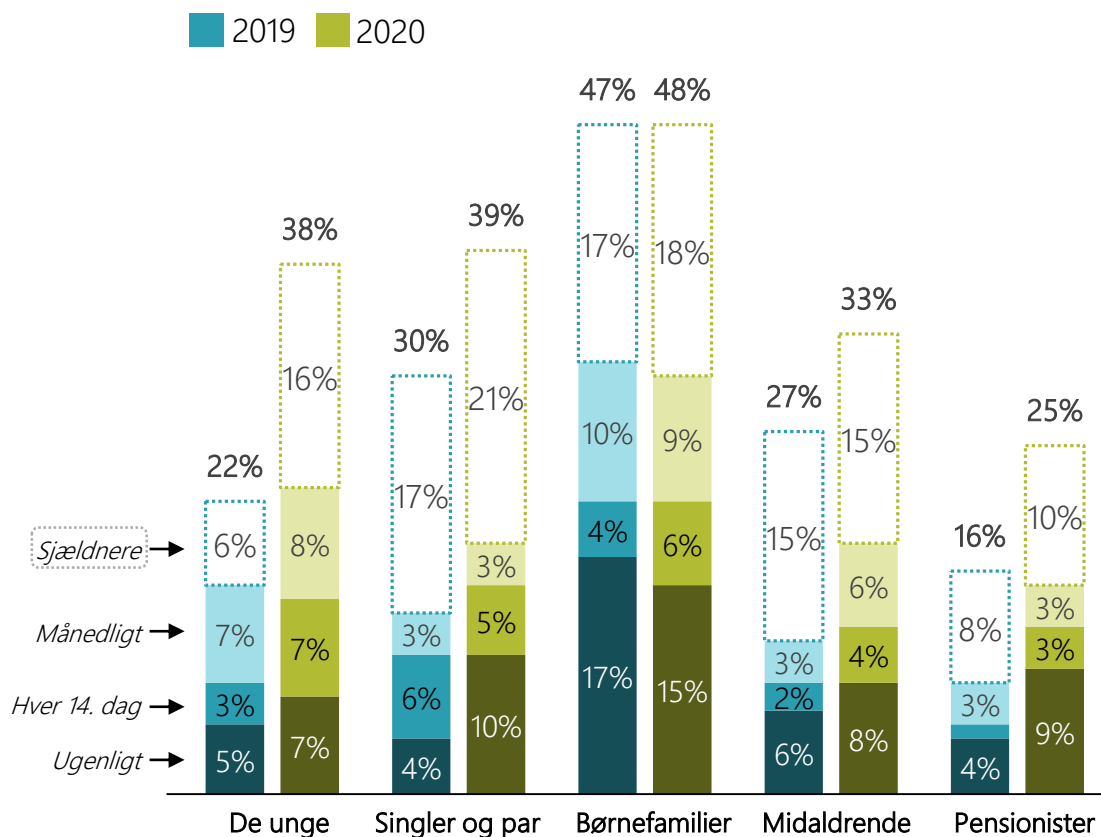
# DAGLIGVARER I LØSSALG

Selvom børnefamilierne er dem, som i højest grad handler dagligvarer online, så er det blandt alle andre segmenter at der i løbet af det sidste år er sket den største udvikling.

COVID19 har formodentligt for mange forbrugere været et skub i forhold til at eksperimentere med at handle dagligvarer online, hvormed andelen af unge, singler og par, midaldrende og pensionister, som køber dagligvarer online, er steget markant.

*I 2020 er nye forbrugergrupper begyndt at handle dagligvarer online*

## Handler dagligvarer i løssalg på nettet



1.255 besvarelser



Hvor ofte køber du/får du leveret Dagligvarer i løssalg købt ONLINE?



# DAGLIGVARER I LØSSALG

Det er især to væsentligste aspekter, som får forbrugerne til at handle dagligvarer i løssalg online.

Det ene aspekt omhandler tid. Dette kommer både til udtryk ift. tidsbesparelse men også tidsfleksibilitet, fordi man online kan handle på alle tidspunkter.

Det andet aspekt angår bekvemmelighed. Det faktum, at varerne leveres til døren, og det, at man slipper for at bære tunge og store køb fremstår også som en væsentlig årsag til at forbrugerne handler dagligvarer online i stedet for i fysiske butikker.



her er hvorfor:

2020 2019

Varerne leveres på min adresse



Jeg sparer tid ved at handle online



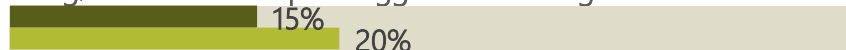
Jeg kan handle, når jeg har tid



Jeg behøver ikke at bære tunge ting eller store køb



Det gør det lettere at planlægge min hverdag



Jeg køber færre ting, da jeg ikke fristes til spontankøb



Udvalget i online supermarkeder er større



Det er lettere at finde allergivenlige varer



Jeg spiser sundere og mere varieret, når jeg handler online



Det er samlet set billigere at handle online



261 besvarelser  
(Køber min, månedligt dagligvarer  
i løssalg over nettet)



Hvad er de vigtigste årsager til at du handler  
dagligvarer i løssalg på internettet?

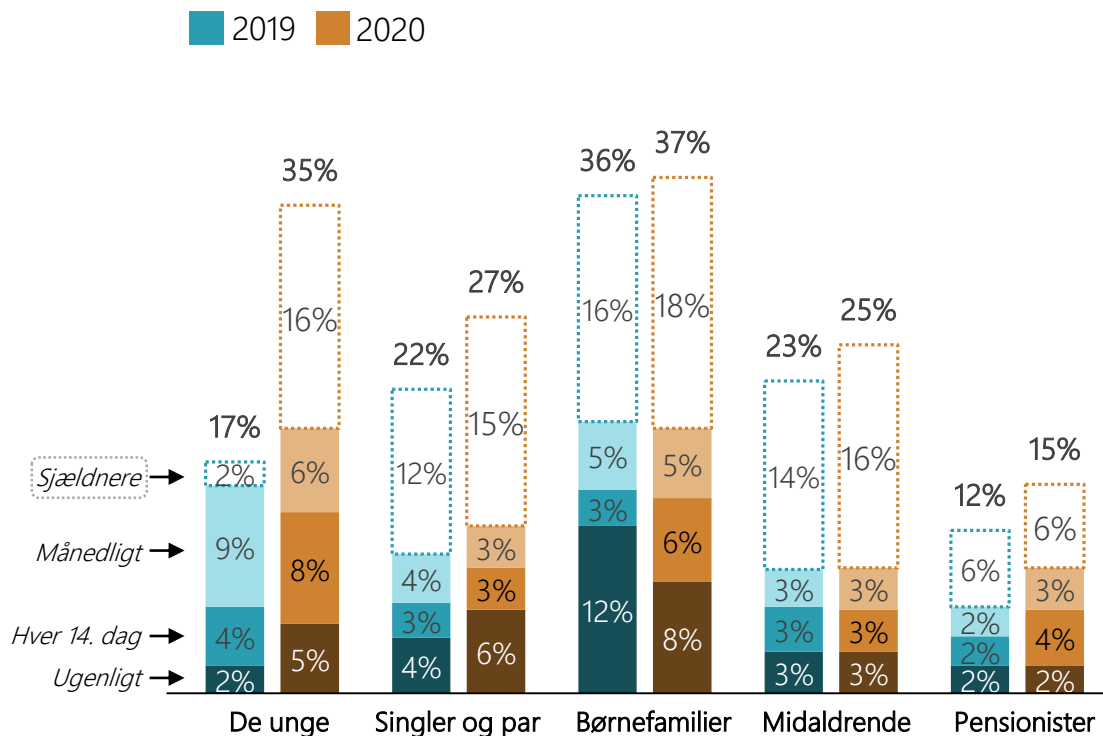
# MÅLTIDSKASSER

Ligesom tendensen for køb af dagligvarer i løssalg på nettet har børnefamilierne også tidligere været den dominerende kundegruppe af måltids- og abonnementskasser. I løbet af det sidste år har andre segmenter imidlertid også meldt sig ind som forbrugere på markedet af måltidskasser.

Forbrugergruppen af unge er især bemærkelsesværdigt, idet andelen af unge som køber eller har testet at købe måltidskasser er fordoblet.

*Andelen af unge som har testet måltidskasser er fordoblet det sidste år.*

## Handler måltids-/abonnementskasser på nettet



1.255 besvarelser



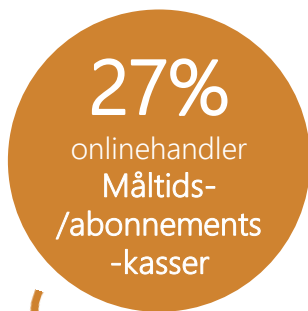
Hvor ofte køber du/får du leveret Måltids-/abonnementskasser købt ONLINE?

# MÅLTIDSKASSER

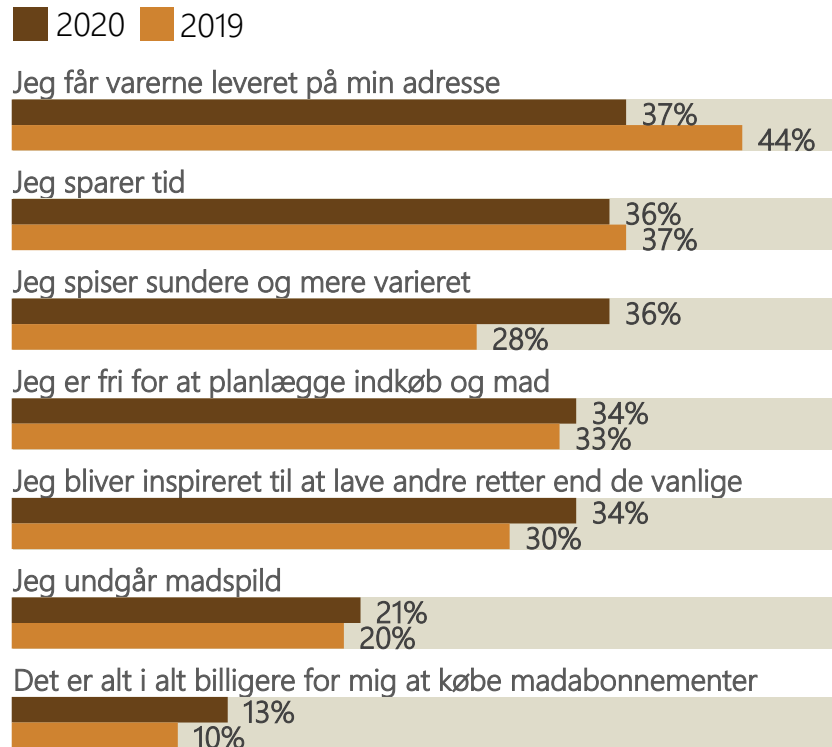
Ser man på årsagerne til hvorfor forbrugerne handler måltids- og abonnementskasser går tids- aspektet og bekvemmeligheds- aspektet igen som væsentlige årsager.

Desuden fremgår et tredje aspekt. Nemlig at det at købe måltids- kasser for over hver tredje (36%) er forbundet med et sundhedsaspekt, idet forbrugerne oplever at spise mere sundt og varieret, når de får måltidskasser end når de selv sammensætter deres indkøb.

*Bekvemmelighed, tid og sundhed er væsentlige årsager til at købe måltidskasser*



her er hvorfor



154 besvarelser  
Køber min. Månedligt måltids-  
/abonnementskasser på nettet



Hvad er de vigtigste årsager til at du handler måltids-/abonnementskasser på internettet?

# BARRIERER FOR KØB AF DAGLIGVARER ONLINE

Der er især to væsentlige barrierer for ikke at handle dagligvarer på nettet. Den ene barriere udmønter sig i, at man ikke kan se og mærke varerne, når man køber dem online, mens den anden angår hensynet til det lokale næringsliv. 4 ud af 10 forbrugere peger på disse to faktorer, som de væsentligste for ikke at have et webbaseret dagligvareindkøb.

Interessant er det, at hver fjerde (26%), peger på den højere pris ved online dagligvarehandel som en væsentlig barriere. Der er altså en gruppe forbrugere, som er åbne over for at købe dagligvarer på nettet, men hvor prisen holder dem tilbage.

## Væsentligste årsager til IKKE at handle dagligvarer eller måltidskasser online



1.124 besvarelser  
(Køber ikke dagligvarer eller måltids-/abonnementskasser på nettet)

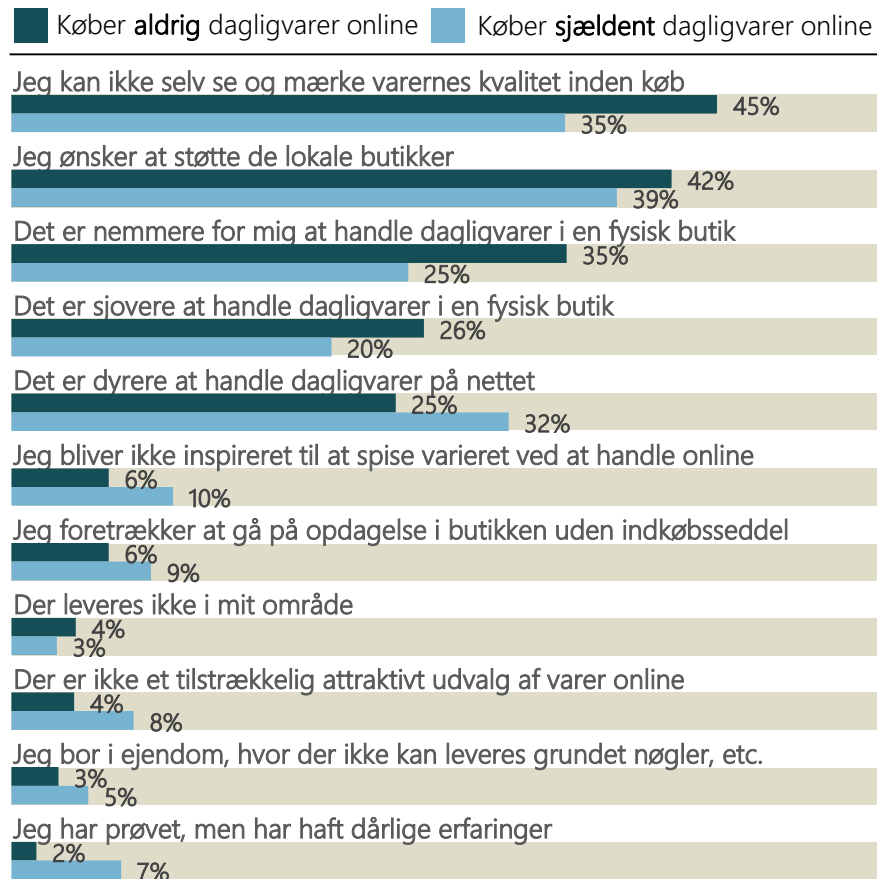


Hvad er de vigtigste årsager til, at du ikke handler dagligvarer eller måltids-/abonnementskasser på nettet?



# Barrierer - Dagligvarer

Der er to grupper, som det er interessant at granske i forhold til hvad, der afholder dem fra at handle dagligvarer online. Dels gruppen af forbrugere, som aldrig køber dagligvarer online og dels gruppen, som sjældent (sjældnere end en gang om måneden) køber dagligvarer online. Blandt dem, som aldrig handler dagligvarer online, er det vaner man er oppe imod. Fx opfattelse af at det er lettere eller sjovere, mens gruppen af forbrugere, som sjældent handler dagligvarer online, i højere grad påpeger konkrete mangler eller minusser de har oplevet i forbindelse med dagligvarehandel online. Fx pris, udvalg eller dårlige erfaringer.



1.124 besvarelser  
(Køber ikke eller sjældent dagligvarer på nettet)

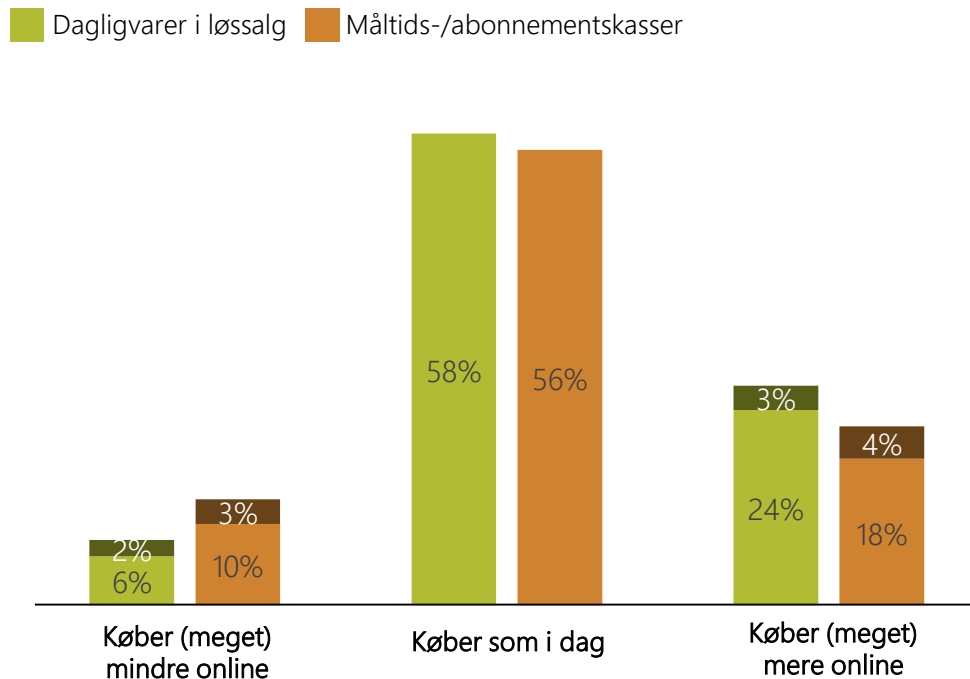
? Hvad er de vigtigste årsager til, at du ikke handler dagligvarer eller måltids-/abonnementsskasser på nettet?

# FORVENTNINGER TIL FREMTIDEN

Der er grundlæggende optimisme blandt forbrugerne i forhold til fremtidig handel af dagligvarer på nettet. Andelen af forbrugere, som forventer at købe flere dagligvarer online, overstiger andelen, af forbrugere, som forventer at skruer ned for deres onlinehandel af dagligvarer.

Man kunne have forestillet sig, at en række af de forbrugere, som det seneste år har handlet dagligvarer online grundet COVID19, havde planlagt at returnere til tidligere indkøbsvaner i fysiske butikker, når pandemien er blusset ned, men dette lader ikke til at være tilfældet.

## Der handles altså flere og flere dagligvarer på nettet, men hvordan ser forventninger til fremtiden ud?



462 besvarelser  
Køber dagligvarer i løssalg på nettet  
329 besvarelser  
Køber måltids-/abonnementskasser på nettet



Hvad er dine forventninger til familiens køb af dagligvarer i løssalg på nettet indenfor de næste 12 mdr.?  
Hvad er dine forventninger til familiens køb af måltids-/abonnementskasser på nettet indenfor de næste 12 mdr.?

# Swedbank Pay. Omnichannel Payments.

Besøg vores nye butik- og e-handelsplatform.

[swedbankpay.dk](https://swedbankpay.dk)



Pay



# OM UNDERSØGELSEN



# METODE

Til denne analyse har der været anvendt et spørgeskema med ca. 40 spørgsmål. Data er indsamlet online gennem Wilkes onlinepanel, Wilke Wisdom. Der gennemføres ca. 1.200 interviews pr. måned fordelt jævnt ud på ugerne. Dette bliver til ca. 14.400 interviews på et år.

Disse interviews skaber et særdeles robust statistisk grundlag for undersøgelsens resultater. Den maksimale statistiske usikkerhed er således på +/- 0,8 procentpoint på totaler. I tilfælde, hvor summen af andele afviger fra 100 %, skyldes dette afrundinger, eller at der er tale om et multipelt spørgsmål.

Den store mængde interviews betyder også, at det er muligt at dykke dybere ned i de enkelte segmenters besvarelser og udviklingen i de 5 prædefinerede segmenter:

- De unge (18-25 år)
- Børnefamilier (voksne med hjemmeboende børn - 26 -50 år)
- Singler og par (voksne uden hjemmeboende børn - 26-50 år)
- De midaldrende (51 - 64 år)
- Pensionister (65+)

Der indsamles data på ugebasis over hele måneden, så der kan spørges ind til det ugentlige forbrug, for at komme helt tæt på onlinehandlen med noget, som er i frisk erindring for forbrugerne.

Der indsamles hele året, for at tage højde for, at eventuelle sæsonafvigelser ikke vil påvirke den samlede data. Det er dermed muligt at kigge på hele perioden

som helhed, ligesom der kan opdeles på enkelte måneder.

Estimerer for e-handlen sker på baggrund af køb foretaget på nettet inden for den seneste uge. De forskellige køb er opdelt i abonnementskøb og Ad hoc køb, så man kan skelne imellem disse.

Data er vejret, 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 af E-handelsfrekvensen for den danske befolkning (opdateres måned til måned på bruttoniveau i en national repræsentativ indsamling).

## 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 – kontakt FDIH for et uforpligtende tilbud på analysens valide forbrugerdata.

### *Analysechef*

Simon Bjerremann

T: +45 72255611

E: [sib@fdih.dk](mailto:sib@fdih.dk)

# Yderligere informationer

FDIH e-handelsanalyse

[www.fdi.dk/e-handelsanalyse](http://www.fdi.dk/e-handelsanalyse)

FDIH, Foreningen for Dansk Internet Handel

Slotsholmsgade 1, Børsen

1217 København K

T: +45 72255601

E: [kontakt@fdi.dk](mailto:kontakt@fdi.dk)

[www.fdi.dk](http://www.fdi.dk)

Kontaktpersoner:

*Analysechef*

Simon Bjerremann

T: +45 72255611

E: [sib@fdi.dk](mailto:sib@fdi.dk)

*Kommunikationschef*

Henrik Theil

T: +45 20965667

E: [het@fdi.dk](mailto:het@fdi.dk)

*Analysen er gennemført af Wilke for FDIH*



*Analysen er gennemført i partnerskab med  
Swedbank Pay & PostNord*



**BESØG FDIH'S  
MEDLEMSSIDE**



# FÅ NY INSIDERVERVIDEN

**FDIH's medlemmer deler viden.  
NYHEDER, MEDLEMSTILBUD,  
CASES OG EVENTS**

Få inspiration fra andre medlemmer  
på [www.fdi.dk/medlemmer](http://www.fdi.dk/medlemmer)