

Virkes eHandelsbarometer

Q4 2014

Virkes eHandelsbarometer – Q4 2014

Velkommen!

Virke presenterer med dette eHandelsbarometeret for 4. kvartal 2014. Her finner svar på hvordan julehandelen på nett gikk, hvilke varegrupper vi handlet mest av, hvor mange av kjøpene som ble gjennomført i utenlandske nettbutikker m.m.

Om eHandelsbarometeret

Virkes eHandelsbarometer følger netthandelen til 1 000 personer som hver 14. dag rapporterer inn hva de har handlet på nett av varer og en rekke tjenester (som fritidsreiser, opplevelser, konserter m.m.). Vi har delt handelen inn i 18 hovedkategorier og 105 underkategorier.

Det gir oss informasjon om utviklingen i norske forbrukeres netthandel, og hvilke varer og enkelttjenester vi kjøper mest av på nett. Barometeret gir oss videre et godt bilde av hvor mye vi handler fra norske og fra utenlandske nettbutikker, og vi kan se hvilke nettbutikker som er de mest populære. I tillegg til kunnskap om selve handelen, vil Virkes eHandelsbarometer gi oss kunnskap om de som handler knyttet til ulike egenskaper som kjønn, alder, geografi og utdanningsnivå. Vi kan også få svar på spørsmål som hvorfor kundene handler fra de ulike nettbutikkene, hvilke leveringsmåter de velger, med mer. Etter som tiden går vil vi opparbeide oss et historisk datamateriale som skal sette oss i stand til å se utviklingstrekk og trender knyttet til norske forbrukeres e-handel.

Resultatene fra Virkes eHandelsbarometer publiseres i kvartalsvise rapporter, samt en årlig årsrapport. TNS Gallup er leverandør av data, som de samler inn via GallupPanelet.

Sammendrag

Fortsatt god vekst i netthandelen

- Netthandelen med varer vokser fortsatt sammenlignet med 3. kvartal, både i norske og utenlandske nettbutikker. Julehandelen betyr mye for omfanget av varekjøp i 4. kvartal.
- Vi kjøper flere varer på nett enn noen sinne, der vi særlig ser en økning i kategorien barneutstyr og leker og musikk, data, film. Det kan være mange julegaver i disse kategoriene. Det er også mer handel innen kategorien «hus, hjem, hage» og «klær,sko og accesories» i 4. kvartal.
- Vi kjøper feriereiser på nett for 15 prosent mindre i 4. kvartal enn i tredje kvartal.
- Utenlandske nettbutikker er først og fremst store på småvarer, noe som følger naturlig av 200-kronersgrensen. Her vil vi fremover trolig se en endring i kjøpsatferd.
- Desemberhandelen på nett ble på om lag kr 3,25 mrd. kroner.



Status Q4 - Totalt

Total netthandel på 16,9 mrd. kroner

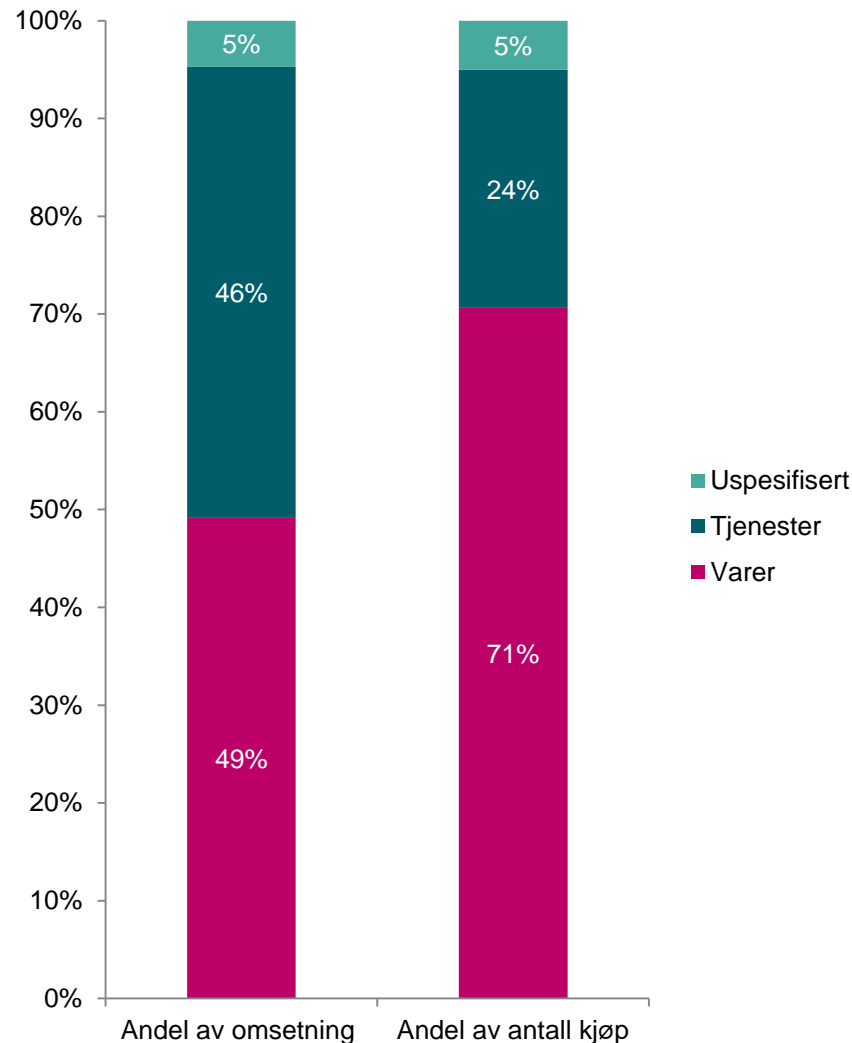
- I løpet av 4. kvartal (oktober – desember 2014) netthandlet nordmenn for totalt 16,9 mrd. kroner, en økning på 2,2 prosent sammenlignet med 3. kvartal 2014.
- Det ble gjennomført 15,8 millioner nettkjøp, en økning på 19 prosent fra 3. kvartal 2014.
- Tjenester sto i 4. kvartal for 46 prosent av nettomsetningen og 24 prosent av kjøpene. Dette er en lavere andel enn kvartalet før. Dette tyder på at julehandelen med varer på nett har økt i omfang.
- De fleste kjøp på nettet er varer. I 4. kvartal 2014 var denne andelen på 71 prosent mot 62 prosent i 3. kvartal.

Varer:

- Vi kjøpte varer for 8,3 mrd. kroner i 4. kvartal 2014. Det er en økning på 24 prosent fra 3. kvartal.

Tjenester:

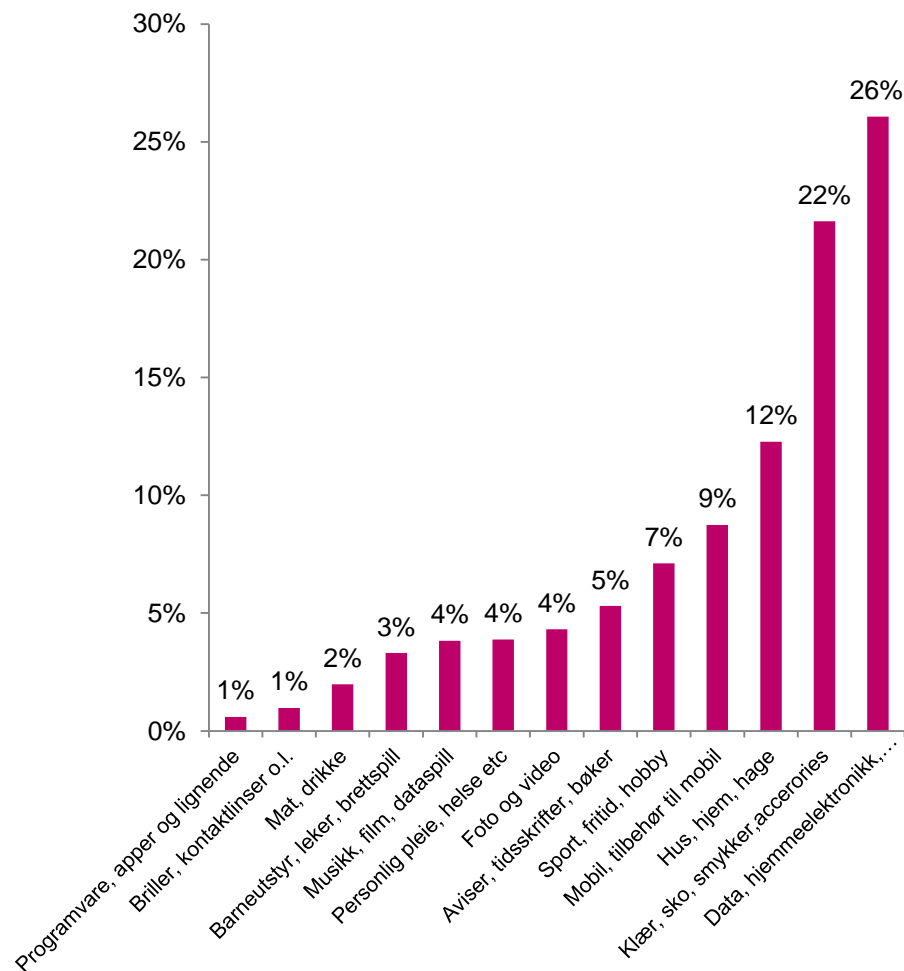
- Vi kjøpte tjenester for 7,8 mrd. kroner i 4. kvartal 2014, en nedgang på 13,3 prosent sammenlignet med 3. kvartal 2014. Det er først og fremst omsetningen av ferie og fritidsreiser som er redusert.



Status Q4 - Varer

Kjøp av varer på nett

- Av netthandelen med varer på 8,3 mrd. kroner i 4. kvartal utgjør kjøp av «data, hjemmeelektronikk og hvitevarer» 26 prosent av omsetningen (2,2 mrd. kr) – mens «klær, sko og accessories» står for 22 prosent (1,8 mrd. kr).
- Det er store forskjeller mellom hvor stor andelen av de ulike bransjene som er på nett.
 - Mat og drikke er fortsatt en liten kategori på nett, med 164,5 mill. kroner og 297 000 kjøp i 4. kvartal. Det er en svak økning fra 3. kvartal. Dette utgjør ca 2-3 prosent både av antall kjøp og omsetning på nett. Av hele matvareomsetningen anslås det at matvarehandel på nett utgjør rundt 1 prosent.
 - Innen elektronikk er ca. 25 prosent av omsetningen nå på nett – med 2,2 mrd. kroner og 1,5 mill. kjøp i 4. kvartal. Sammenlignet med 3. kvartal er det omtrent 12 prosent flere kjøp.
- Den største prosentvise veksten fra 3. kvartal til 4. kvartal 2014 finner vi i varekategorien «barneutstyr og leker».

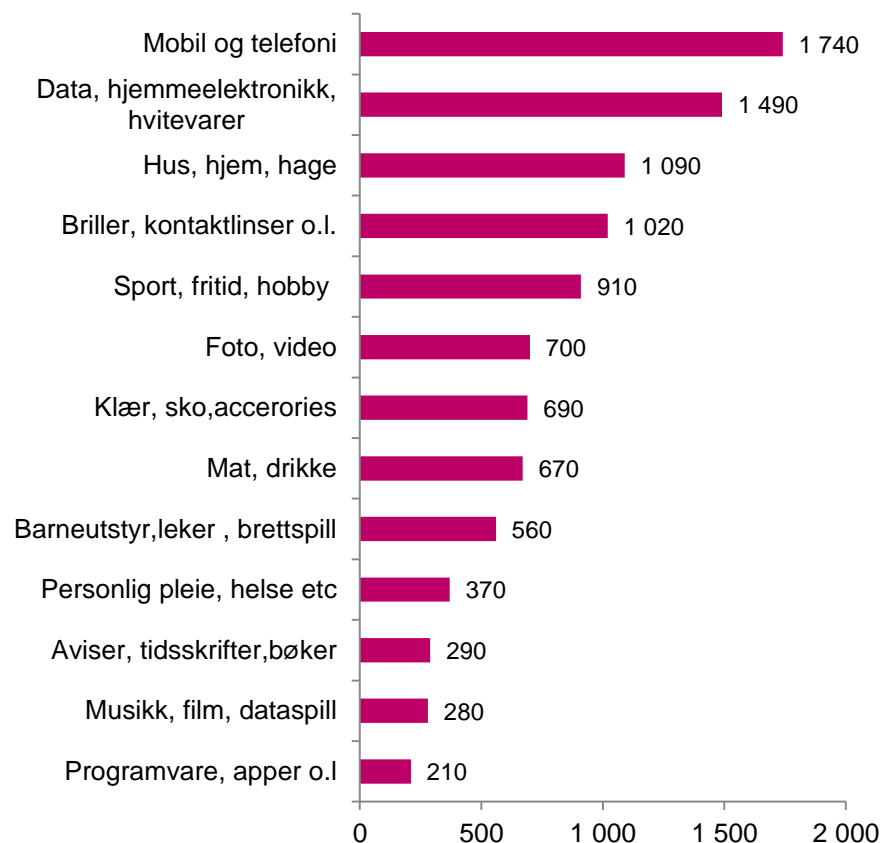


Status Q4 - Varer

Varer – stor variasjon i antall kjøp og kjøpssum

- Vi ser at det i noen kategorier gjøres veldig mange kjøp – men der verdien per kjøp er lav. Dette gjelder for eksempel for programvare/apper og musikk m.m.
- Hus, hjem og hage – er en kategori som preges av få kjøp – men høy omsetning, med et snitt på i underkant av 1 100 kroner per kjøp.
- Gjennomsnittsvarekjøpet på nett var på rundt 750 kroner i 4. kvartal.
- Fra norske nettbutikker er 30 prosent av kjøpene under kr 350,-, mens den tilsvarende andelen er på 60 prosent fra utenlandske nettbutikker.

Gjennomsnittsbetrag i kroner

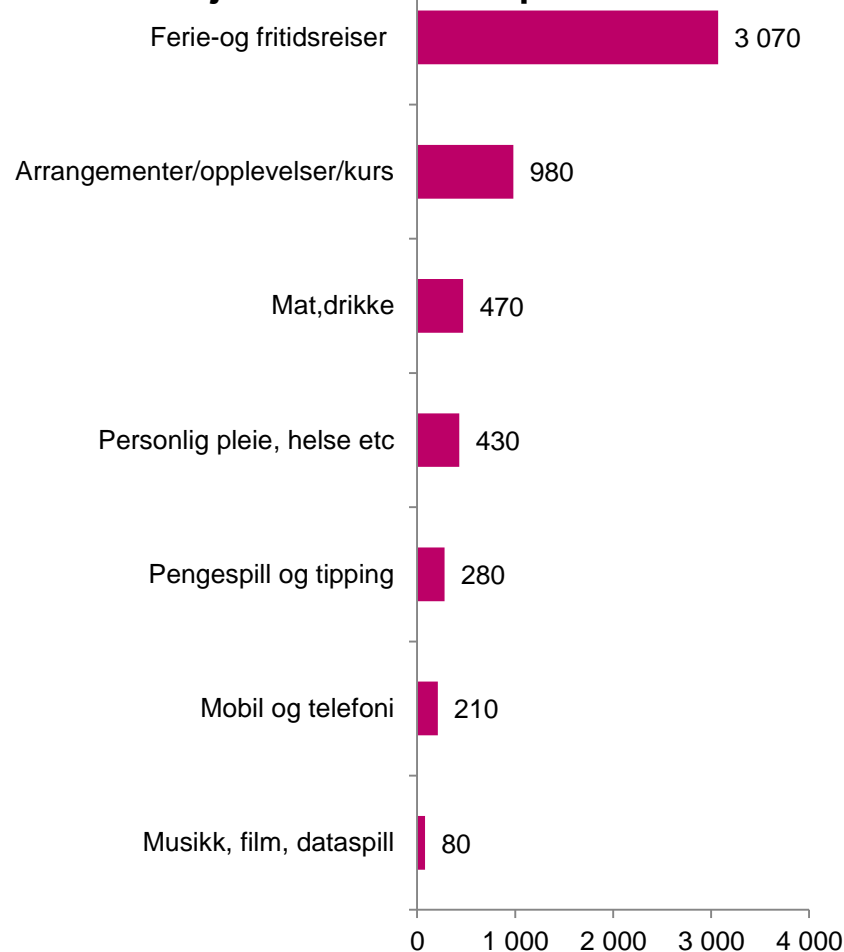


Status Q4 - Tjenester

Reiser dominerer tjenestekjøpene

- Netthandelen med tjenester utgjorde 7,8 mrd. kroner i 4. kvartal, en nedgang på om lag 13 prosent fra 3. kvartal.
- 87 prosent av alle tjenestekjøp på nett er ferie- og fritidsreiser. Flybilletter og hotellbestillinger er dominerende.
- Den nest største kategorien er arrangementer, opplevelser og kurs. Vi netthandlet blant annet billetter til konsert, teater og kino i Norge for 740 millioner i 4. kvartal. Denne kategorien øker stadig.
- Pengespill og tipping er også en stor kategori; 156 mill. kroner gikk over nett. 80 prosent av dette er til norske aktører, med andre ord Norsk Tipping og Rikstoto.

Gjennomsnittsbetøp i kroner

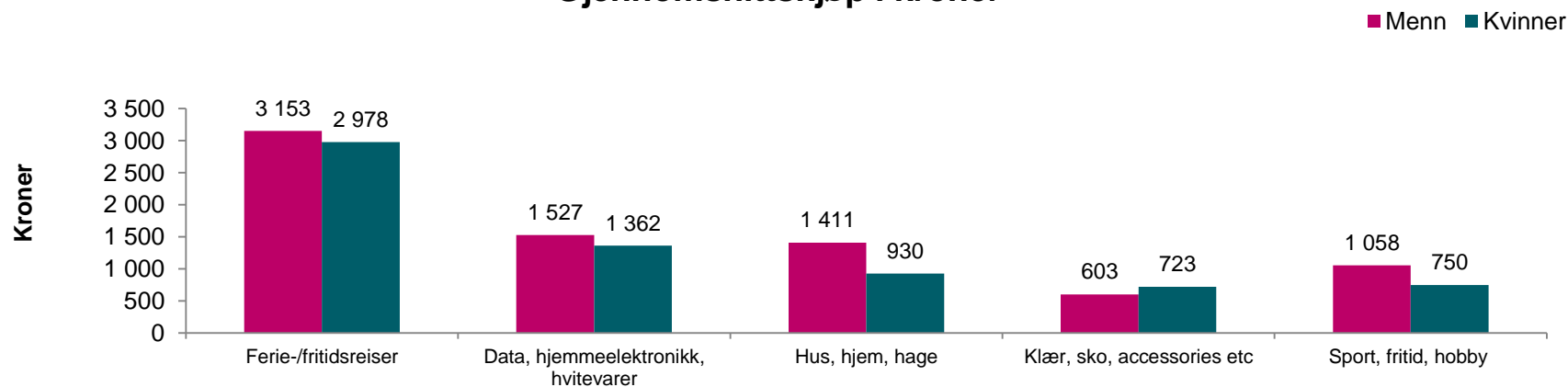


Status Q4 – Kvinner vs. menn

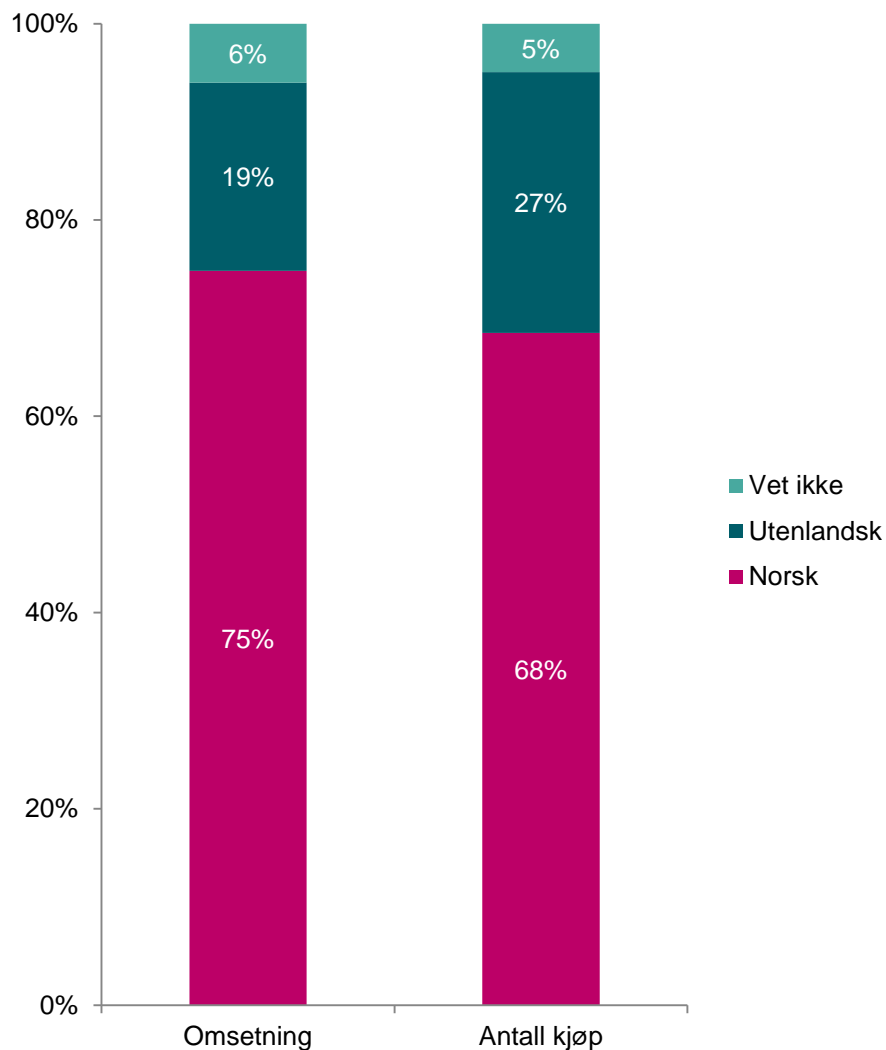
Kvinner og menn kjøper ikke det samme på nett

- Både kvinner og menn bruker mest penger på ferie- og fritidsreiser på nett, men kvinner kjøper i snitt noe dyrere ferie- og fritidsreiser.
- Kvinner står for over 70 prosent av netthandelen med klær, sko og accessories og innenfor personlig pleie, helse etc.
- Menn står for 70 prosent av omsetningen innen for sport, fritid og hobby. Menn står for størstedelen av netthandelen med data, elektronikk og hvitevarer.

Gjennomsnittskjøp i kroner



Status Q4 – Norske vs. utenlandske butikker



Utenlandske nettbutikker tar innpå

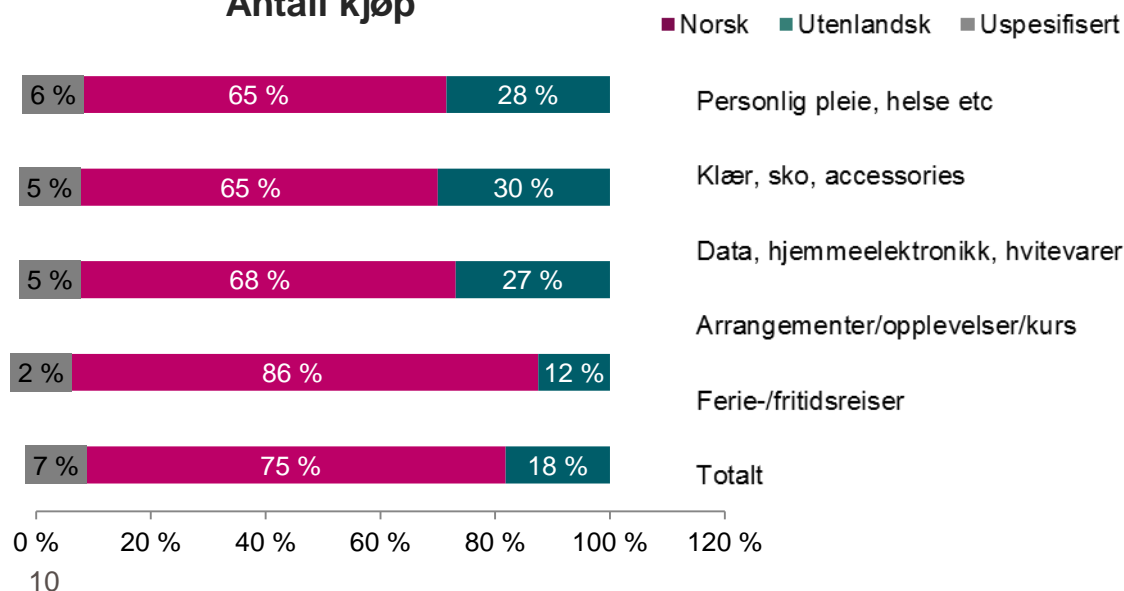
- 68 prosent av alle kjøp på nettet og 75 prosent av omsetningen på nett skjer i norske nettbutikker. Det innebærer også at vi bruker mer penger per kjøp i norske nettbutikker.
- Det gjøres spesielt mange «små» kjøp i utenlandske nettbutikker – om lag 47 prosent av kjøpene under 350 kroner er fra utenlandske nettbutikker.
- Unge menn er mest aktive på utenlandske nettbutikker; Nærmere 50 prosent av kjøpene til menn i alderen 18-29 år ble gjort i utenlandske nettbutikker i 4. kvartal.
- Mange utenlandske nettbutikker har både nettsider og kundeservice på norsk, og de konkurrerer med nettbutikker som opererer i Norge.

Status Q4 – Norske vs. utenlandske butikker

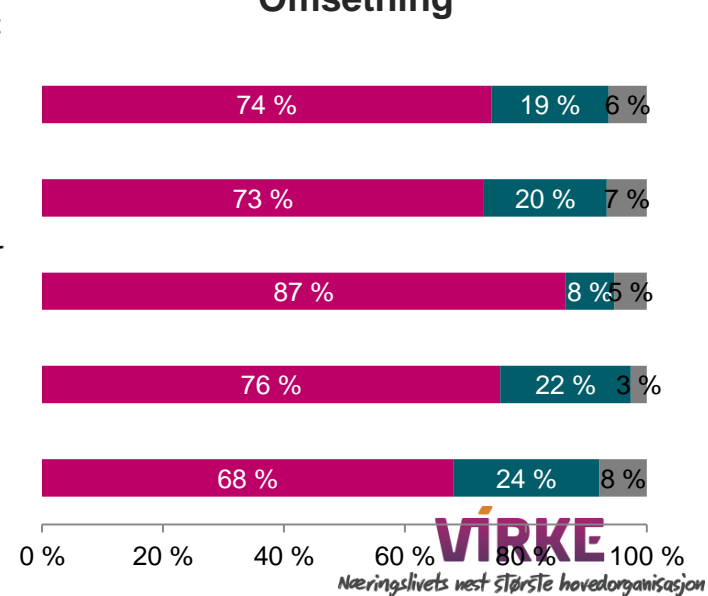
Handel fra norske vs. utenlandske nettbutikker


- Musikk, film og programvare/apper kjøper vi oftest i utenlandske nettbutikker, med henholdsvis 55 og 71 prosent av kjøpene. Vi begynner også å bli vant til å kjøpe aviser og magasiner på nett fra utlandet, der 39 prosent av kjøpene i denne kategorien kommer fra utenlandske nettbutikker.
- De fleste andre typer varer kjøper vi først og fremst i norske nettbutikker. I kategorien data, elektronikk og hvitevarer blir 68 prosent av kjøpene gjort i norske nettbutikker – og hele 87 prosent av omsetningen går til norske nettbutikker.
- Klær og sko er viktige netthandelsvarer, og her går 20 prosent av omsetningen til utenlandske butikker.

Antall kjøp



Omsetning



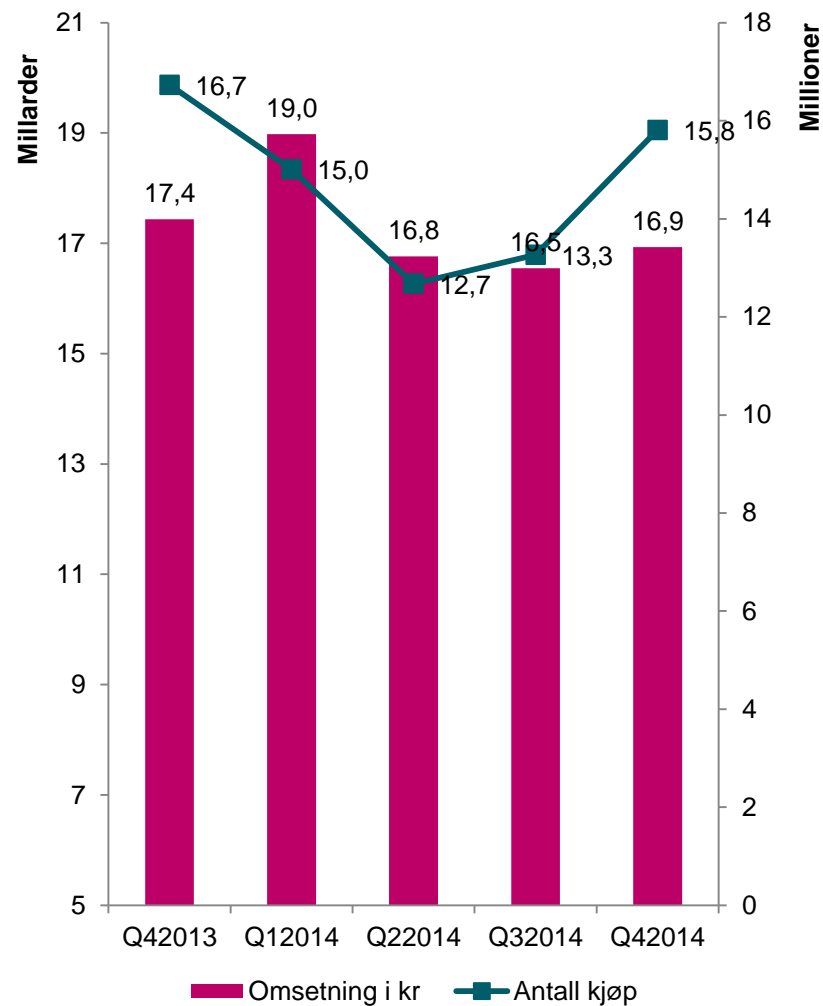


Utvikling i netthandelen
siste 12 mnd. Q4 2013 til
Q4 2014

Utvikling Q4 2013 til Q4 2014 - Totalt

Liten endring i netthandelen

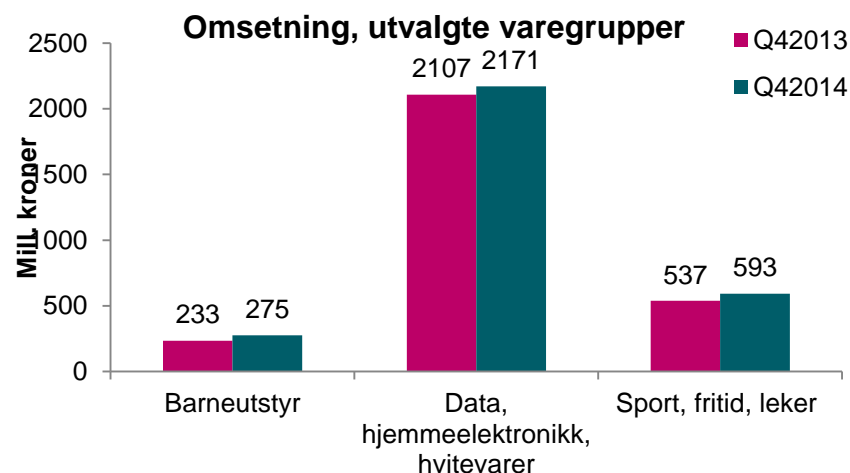
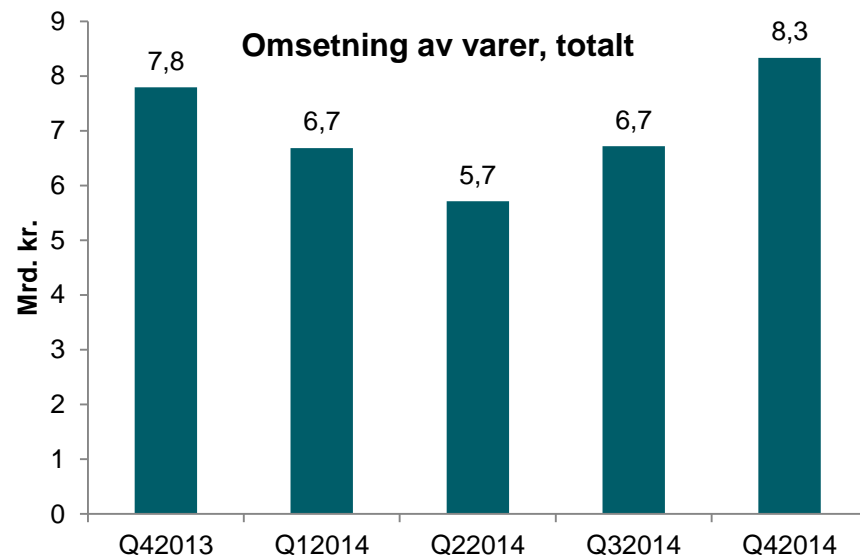
- Totalt gikk netthandelen ned med 0,5 mrd. kroner fra 4. kvartal 2013 til 4. kvartal 2014, eller omtrent 2,9 prosent. Dette skyldes først og fremst en nedgang i kjøp av ferie- fritidsreiser, som falt med over 10 prosent fra samme kvartal i fjor. Ser vi kun på varer, var det en positiv vekst i varehandelen fra 4. kvartal i fjor til i år.
- Netthandel er preget av varer og tjenester som er konjunkturutsatte, som klær, reiser, elektronikk og sportsutstyr. Det er sannsynlig at netthandelen derfor merker innstramningen hos husholdningene raskere enn detaljhandelen generelt.



Utvikling Q4 2013 til Q4 2014 - Varer

Økning i julehandelen på nett

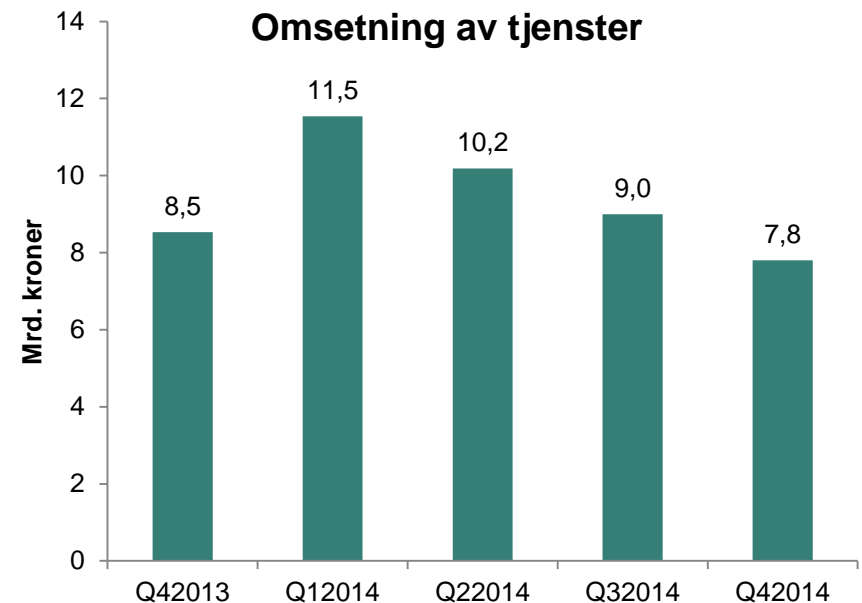
- Totalt sett har netthandelen med varer økt med en halv mrd. kroner siste året – eller omtrent 6,9 prosent.
- Netthandelen med varer er større i 4. kvartal enn i årets øvrige kvartaler fordi julehandelen trekker opp.
- Norske nettbutikker har sett en liten økning i omsetning på omtrent 0,7 prosent, mens utenlandske nettbutikker har hatt en nedgang i omsetning i Norge på rundt 3,5 prosent.
- Av de større varekategoriene er det «hus, hjem og hage» som har hatt den største veksten siden 4. kvartal 2013. Her har omsetningen økt med 20 prosent og er nå den tredje største kategorien.
- Varetyper som elektriske artikler, data og elektronikk har hatt en stabil utvikling, det gjelder også klær, sko og accessories.



Q3 2014 til Q4 2014 - Tjenester

Omfanget av tjenester går ned

- Omsetningen av tjenester på nett gikk ned med 8,9 prosent fra 4. kvartal 2013 til 4. kvartal 2014.
- Omsetningen av ferie- og fritidsreiser har gått ned med 700 mill. kr sammenlignet med 4. kvartal 2013.
- En gjennomsnittsreise reise kjøpt på nett kostet om lag 3070 kroner.
- Omsetningen av arrangement og opplevelser på nett har økt med 20 prosent.



Analyse- og bransjeutvikling

Johanne Kjuus, jk@virke.no
Linda Hauge, liha@virke.no

