

# Analyse | kraka

Januar 2018

## 49,7 pct. af danske husstandes samlede forbrug kan købes online. Danskernes onlineforbrug udgør dog blot 12,5 pct.

*Af Regitze Wandsøe-Isaksen, Laurids Leo Münier, Katrine Bonde og Philip Henriks*

En konservativ vurdering viser, at det i Danmark på nuværende tidspunkt er muligt at købe 49,7 pct. af husstandenes samlede forbrug online. Men mulighederne for at handle online er stadig stigende, så dette tal forventes at stige yderligere inden for de kommende år. I sammenligning med andre lande handler danskerne relativt meget på nettet – dog udgør onlinehandel stadigvæk blot 12,5 pct. af husstandenes samlede forbrug. Der er således et betydeligt potentiale for mere onlinehandel. Det kræver dog, at forbrugerne kender mulighederne og ønsker at benytte dem. Analysen er lavet på opfordring af Dansk Industri.

- Danske husholdninger købte 12,5 pct. af deres forbrug online i 2016. Dette placerer os højt ift. de lande, som vi normalt sammenligner os med i Europa – fx køber svenskerne kun 7,0 pct. og tyskerne kun 5,5 pct. af deres forbrug online.
- Selvom dansk onlinehandel ligger højt i en europæisk sammenligning, er der også i Danmark et væsentligt potentiale for, at en større del af forbruget kan købes på nettet. Således vurderes det, at det aktuelt er muligt at købe 49,7 pct. af det danske forbrug online. Det er vel at mærke, når der foretages en meget konservativ vurdering af, hvad der kan købes online.
- Onlinehandelsmulighederne er i stadig stigning, og det må forventes, at det fremover vil blive muligt at købe en langt større andel af forbruget end de nuværende 49,7 pct. online.
- En af forklaringerne på, at det nuværende online forbrug er så lavt, er, at blandt andet at den største forbrugspost "Boligbenyttelse mv." i 2016 udgjorde 32,6 pct. af det samlede forbrug, og at det skønnes at blot 1,7 pct. af forbruget inden for denne kategori kan købes online.

### Kontakt

Økonom

Regitze Wandsøe-Isaksen

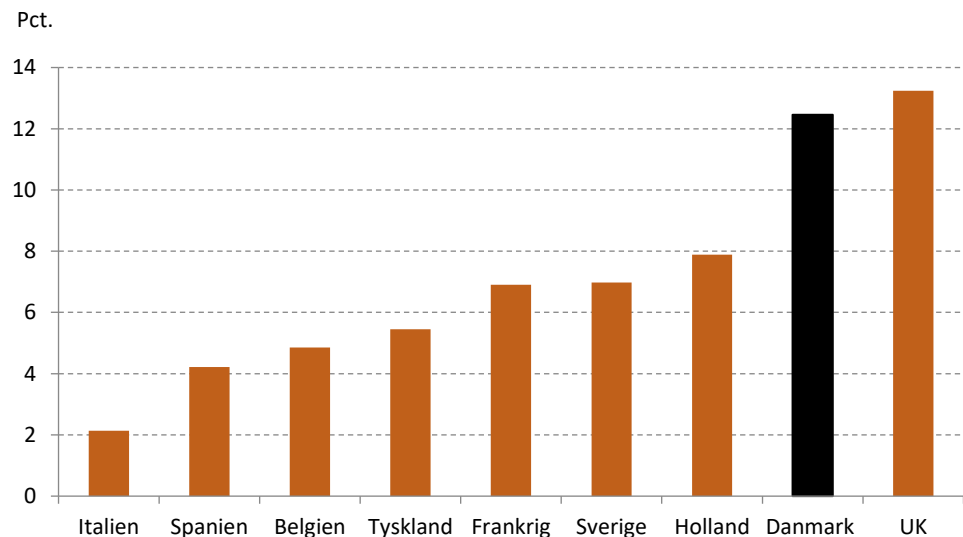
Tlf. 31404252

E-mail [reg@kraka.org](mailto:reg@kraka.org)

## Danskerne har et højt onlineforbrug europæisk set

Danmark ligger højt placeret sammenlignet med andre europæiske lande, når man ser på onlineforbruget ift. det samlede forbrug. Konkret lå det danske onlineforbrug på 12,5 pct. af det samlede forbrug i 2016, jf. Figur 1. Kun England ligger over Danmark med en andel på 13,2 pct. I bunden af de udvalgte lande ligger Italien, hvor onlineforbruget kun udgør 2,1 pct. af det samlede forbrug.

Figur 1 Onlineforbrug som andel af det samlede forbrug (2016)

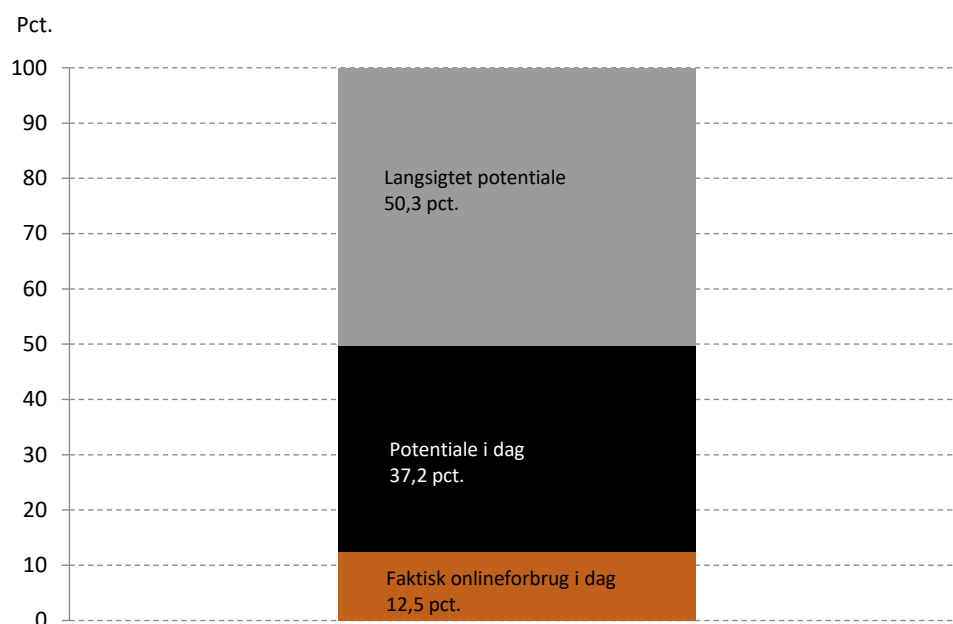


Anm.: De angivne lande er de lande, hvor der foreligger data fra Eurostat fra 2016 og som er med i E-commerce Foundation (2017) *European E-commerce Report 2017* – eksklusiv Tyrkiet.

Kilde: Egne beregninger på baggrund af E-commerce Foundation (2017) *European E-commerce Report 2017* og Eurostat (nama\_10\_co3\_p3). Begge opgørelser er for 2016.

## Stort potentiale for mere onlineforbrug

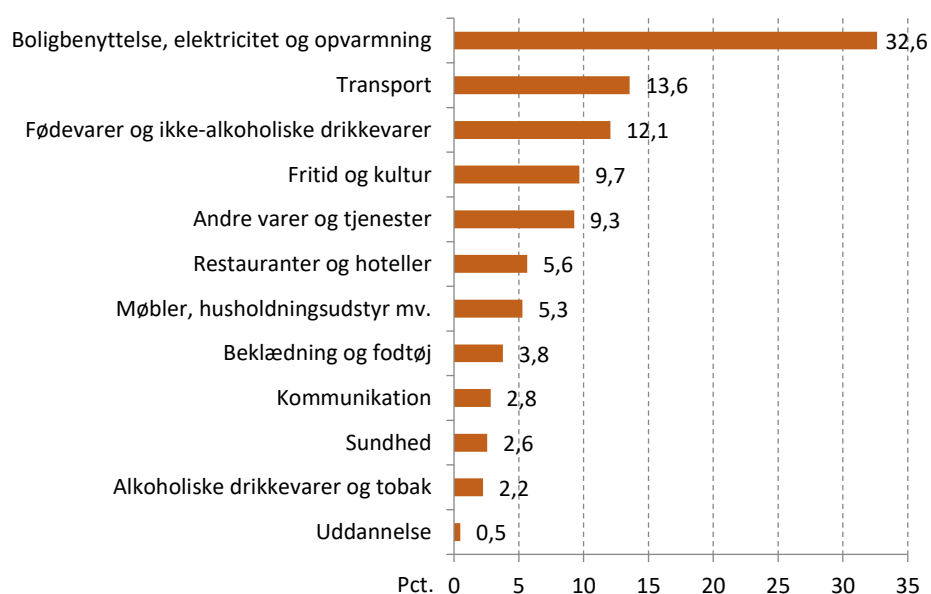
Såfremt hele forbruget kunne købes online, kunne hele 87,5 pct. mere købes online jf. Figur 2. En konservativ vurdering af, hvor meget af forbruget, der faktisk kan købes online viser imidlertid, at kun 49,7 pct. af forbruget i dag kan købes online. Det vil med andre ord sige, at det ikke udnyttede potentiale for onlinehandel i dag er på 37,2 pct. af danskernes forbrug. Såfremt alting på langt sigt vil kunne købes online, vil der på samme måde være et langtids potentiale på 50,3 pct.

**Figur 2 Faktisk og muligt onlineforbrug i Danmark – som andel af samlet forbrug (2016)**


Kilde: Egne beregninger på baggrund af E-commerce Foundation (2017). *European E-commerce Report 2017* og Danmarks Statistik tabel FU51 – samt Krakas egen vurdering af, hvad der kan købes online, jf. Tabel 1.

### Bolig og transport udgør en stor del af forbruget

En af forklaringerne på, at den nuværende mulighed for at forbruge online er så lav, er, at blandt andet bolig udgør 32,6 pct. af det samlede danske forbrug og derefter kommer transport, som udgør 13,6 pct., jf. Figur 3.

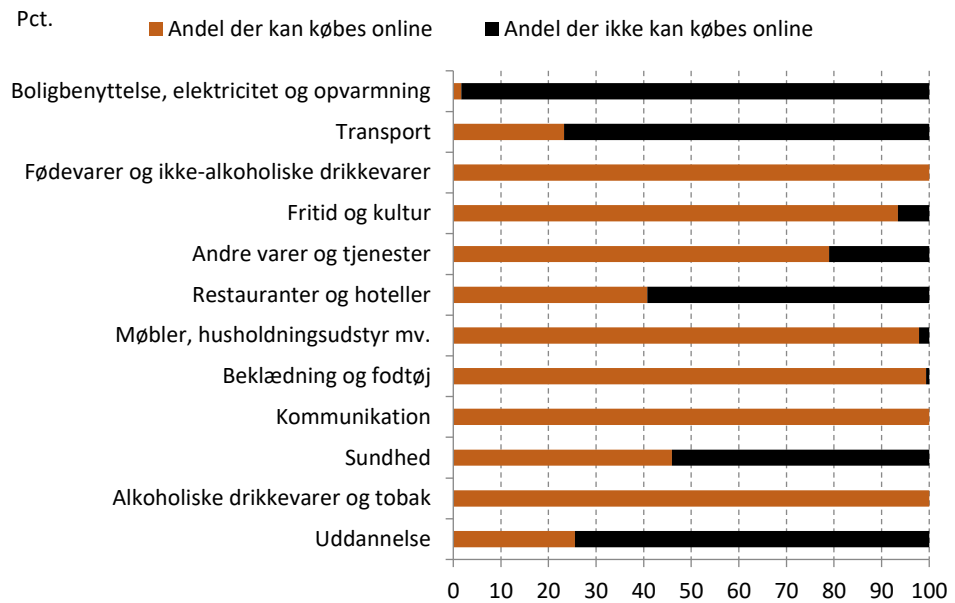
**Figur 3 Fordelingen af det nuværende forbrug**


Kilde: Egne beregninger på data fra Danmarks Statistik tabel FU51.

**Store forbrugskategorier vurderes ikke at kunne købes online**

Langt den største del af boligbenyttelse vurderes ikke at kunne købes online. Tilsvarende for transport, jf. Figur 4. Det skyldes i høj grad, at blandt andet husleje vurderes ikke at kunne købes online – forstået som, at det kan købes på sider med en indkøbskurv. Tilsvarende for transport, hvor nye og brugte biler udgør en stor del af forbruget i kategorien. Selvom der er udvalgte hjemmesider, hvor man kan købe små biler, vurderes hele forbruget af nye biler ikke at kunne foretages online. Se yderligere beskrivelse af, hvordan vurderingen af, hvad der kan købes online er foretaget i Boks 1.

**Figur 4 Andelen af forbruget, der potentielt kan købes online i dag**



Anm.: Andelen der kan købes online er baseret på en vurdering. Se yderligere beskrivelse i Boks 1.  
 Kilde: Egne beregninger på data fra Danmarks Statistik tabel FU51 og egen vurdering.

### Boks 1 Vurderingen af, hvad der kan købes online

Niveauet for, hvad der faktisk kan købes online er indhentet fra E-commerce Foundation (2017). *European E-commerce Report 2017*. Data for danskernes forbrug er indhentet fra Danmarks Statistiks Forbrugerundersøgelse (tabel FU51) og data fra resterende europæiske lande fra Eurostat (tabel nama\_10\_co3\_p3).

Hvad der potentielt kan købes online er defineret som produktgrupper, som potentielt kan købes på nettet. Konkret er vurderingerne baseret på, hvad man traditionelt ville opfatte som onlinehandel – dvs. i udgangspunktet købes et produkt igennem onlinehandel, hvis det købes på en hjemmeside med en ”indkøbskurv”. Det inkluderer således også services såsom flybilletter, pakkerejser og opfyldning af rejsekort.

Der er produktgrupper, hvor der bliver foretaget en konservativ vurdering. Fx nye biler, hvor man på [carseven.dk](http://carseven.dk) kan købe mindre biler online. Da det ikke er muligt at differentiere mellem forbrug af mindre og større biler vurderes forbruget under denne kategori til ikke at kunne foretages online. En anden gruppe er restaurant, cafeer mv. På de fleste restauranters hjemmeside er der mulighed for at bestille bord på restauranten online. På tilbudssider som tilbudibyen.dk og downtown.dk kan man imidlertid også betale for bestemte menuer. Det er dog kun på restauranter i København, Aarhus, Aalborg og Odense. Derfor inkluderes dette ikke i kategorier, der potentielt kan købes online. Se yderligere gennemgang af hver produktgruppe i Tabel 1. Disse forbehold betyder, at vurderingen af, hvad der kan købes online og dermed potentialet for øget onlinehandel bliver konservativ.

#### Usikkerhed om estimatet

Det skal bemærkes, at vurderingen af, hvad der kan købes online er usikker. Hvor der har været tvivl om, hvorvidt den enkelte kategori kunne købes igennem onlinehandel, er der foretaget et konservativt skøn. I udgangspunktet er det i vurderingen antaget, at produkterne under hver forbrugsgruppe kan købes alle steder i landet.

#### Der kan være et samfundsøkonomisk potentiale ...

Der kan være forskellige årsager til, at den enkelte forbruger ikke benytter sig fuldt ud af muligheden for onlinehandel. Fx kan der være en træghed i forbrugerens omstilling til nye indkøbsmønstre eller manglende information om mulighederne for onlinehandel.

#### ... men det afhænger af forbrugernes præferencer

På den anden side kan forbrugeren potentielt have en nytteværdi – eller glæde – af at gå ned i den fysiske tøjbutik, hvor man kan se og røre ved tøjet og prøve det på. Hvis denne glæde er større end en eventuel gevinst ved fysisk indkøb og leveringstid, så vil der ikke være nogen samfundsøkonomisk gevinst ved en stigning i den faktiske onlinehandel.

#### Potentiale såfremt forbrugerne blot mangler info

Såfremt den enkelte forbruger udelukkende mangler information om mulighederne for at foretage køb online, kan der potentielt opnås en samfundsmæssig gevinst ved at øge onlineforbruget. Det kan fx opnås ved, at den enkelte virksomhed informerer forbrugerne om mulighederne for at foretage køb online.

#### ... derfor klogt af virksomheder at overveje muligheder

For såvel onlinehandelsvirksomheder som for øvrige handelsvirksomheder vil det således være klogt at afdække, hvilken betydning mulighederne for øget onlinehandel har for deres kundegruppe, og derved i hvilken grad deres kunder kan forventes at udnytte potentialet for betydeligt mere onlinehandel.

**Bilag – vurdering af potentiale for onlinehandel**

**Konservativ vurdering**

Baggrunden for, hvor stor en del af forbruget, der kan købes online, jf. Figur 2 er baseret på Krakas vurdering. Vurderingen er baseret på, hvorvidt de enkelte produkter og produktgrupper under hver af de 12 overordnede forbrugskategorier kan købes online. Dvs. kan købes på hjemmesider, hvor der er en indkøbskurv. Ved nogle af produktkategorierne benyttes en konservativ vurdering, hvis der er tvivl. Se yderligere beskrivelse af vurderingen i Tabel 1 og Boks 1.

**Tabel 1 Hvad kan potentielt købes over nettet i Danmark (2016)**

	Pct. af forbrug	Pct. kan købes online	Forklaring
Total	100,0	49,7	
Fødevarer og ikke-alkoholiske drikkevarer	12,1	100,0	100 pct. vurderes at kunne købes online. Varerne kan købes på hjemmesider såsom <a href="http://www.nemlig.com">www.nemlig.com</a> eller <a href="http://www.coop.dk">www.coop.dk</a> .
Alkoholiske drikkevarer og tobak	2,2	100,0	100 pct. vurderes at kunne købes online. Varerne kan købes på hjemmesider, såsom <a href="http://www.nemlig.com">www.nemlig.com</a> eller <a href="http://www.coop.dk">www.coop.dk</a> .
Beklædning og fodtøj	3,8	99,9	99,9 pct. vurderes at kunne købes online. Det er fx tøj til mænd og kvinder, som kan købes på hjemmesider som <a href="http://www.zalando.dk">www.zalando.dk</a> .
Boligbenyttelse, elektricitet og opvarmning	32,6	1,7	1,7 pct. vurderes at kunne købes online. Fx materialer til vedligeholdelse og reparation, som kan købes online på hjemmesider som <a href="http://www.bauhaus.dk">www.bauhaus.dk</a> . Kategorier, der udgør en stor del af det samlede forbrug, som fx faktisk husleje betalt af lejere og beregnet lejeværdi af ejerboliger kan ikke købes online.
Møbler, husholdningsudstyr og husholdningstjenester	5,3	97,9	97,9 pct. kan købes online, herunder møbler, ikke-elektriske køkkenredskaber og artikler. Disse kan købes på sider som fx <a href="http://www.elgiganten.dk">www.elgiganten.dk</a> . Tjenester som fx montering af faste tæpper og gulvbelægning eller reparation af møbler vurderes ikke at kunne købes online.
Sundhed	2,6	45,9	45,9 pct. af sundhed kan købes online. Graviditetstest, kondomer mv. vurderes at kunne købes online på hjemmesider som <a href="http://www.dinapoteker.dk">www.dinapoteker.dk</a> . Kategorier som fx tandlæge vurderes ikke at kunne købes online.
Transport	13,6	23,3	23,3 pct. af transport kan købes online – særligt indlands- og udlandsrejser. Udvalgte typer biler kan købes online – som fx nogle små biler på <a href="http://www.carseven.dk">www.carseven.dk</a> og Tesla. Men konservativt er hele kategorien af nye biler vurderet til ikke at kunne forbruges online.
Kommunikation	2,8	100,0	100 pct. af forbruget af kommunikation vurderes at kunne foretages online. Herunder fx mobiltelefoner og internet kan købes på sider som <a href="http://www.telia.dk">www.telia.dk</a>
Fritid og kultur	9,7	93,4	93,4 pct. af forbruget af fritid og kultur kan foretages online. Herunder fx PC'er, tablets, mv. og udenrigspakkerejser kan købes på sider som hhv. <a href="http://www.elgiganten.dk">www.elgiganten.dk</a> og <a href="http://www.spies.dk">www.spies.dk</a> .
Uddannelse	0,5	25,5	25,5 pct. af forbruget af uddannelse vurderes at kunne foretages online - da "Undervisning uden for niveau" vurderes at kunne forbruges online i form af fx underskrevne certifikater på <a href="http://Coursera.org">Coursera.org</a> eller lign.
Restauranter og hoteller	5,6	40,7	40,7 pct. af forbruget til restauranter og hoteller kan købes online, herunder hoteller, moteller og kroer, som kan købes på sider som <a href="http://www.hotels.com">www.hotels.com</a> . Forbruget til restauranter, cafeer mv. vurderes til ikke at kunne købes online – se yderligere i Boks 1.
Andre varer og tjenester	9,3	79,0	79,0 pct. af andre varer og tjenester kan købes online. Herunder fx motorkøretøjsforsikring og forsikring i forbindelse med boligen. Disse kan købes på sider som <a href="http://www.codan.dk">www.codan.dk</a> . Tjenester som fx børnepasning vurderes til ikke at kunne købes online.

Note: Rækken "Pct. kan købes online" er beregnet som et vægtet gennemsnit.

Kilde: Egen opstilling.