



Temperaturmåling Julehandelen i Norden 2018

Netthandelen i Norden

postnord

Julehandelen i Norden

Nordiske forbrukere planlegger å kjøpe julegaver på nettet for NOK 20,1 milliarder i år

SAMMENDRAG

Den nordiske julehandelen er i gang, og de forbrukerne som er tidlig ute, har allerede startet julegaveinnkjøpene. Særlig nordmenn har vært tidlig ute med dette.

I 2018 forventes det også at det vil ligge mange julegaver som er kjøpt på nettet, under juletrærne i Norden. Nordiske forbrukere planlegger å kjøpe julegaver på nettet til en verdi av NOK 20,1 milliarder, av disse står norske forbrukere for NOK 5,0 milliarder.

Netthandelen har vokst i de nordiske landene, og i år oppgir cirka halvparten av de som har tenkt å kjøpe julegaver, at de vil kjøpe minst én julegave på nettet.

Black Friday-salget forventes også å bli høyt i Norden i år (NOK 15,8 milliarder). Det norske Black Friday-salget antas å komme opp i cirka NOK 3,4 milliarder. Med Black Friday og Singles Day har november måned fått to voksende shoppinghøytider.

AV UNDERSØKELSEN

Denne rapporten bygger på forbrukerundersøkelser som ble gjennomført i perioden 7.–14. november 2018 med et landsrepresentativt utvalg av respondenter i alderen 18–79 år i de respektive nordiske landene. Undersøkelsene ble gjennomført ved hjelp av TNS SIFOs nettpanel.

Til sammen deltok 8017 personer, hvorav 2002 i Sverige, 2010 i Danmark, 2000 i Norge og 2005 i Finland.

Årets undersøkelse ble gjennomført senere på året enn fjorårets undersøkelse, og man bør derfor være forsiktig med å sammenligne årene.

Forbruket er blitt beregnet ut fra den gjennomsnittlige valutakursen for hvert land i den perioden undersøkelsen fant sted (7.–14. november).

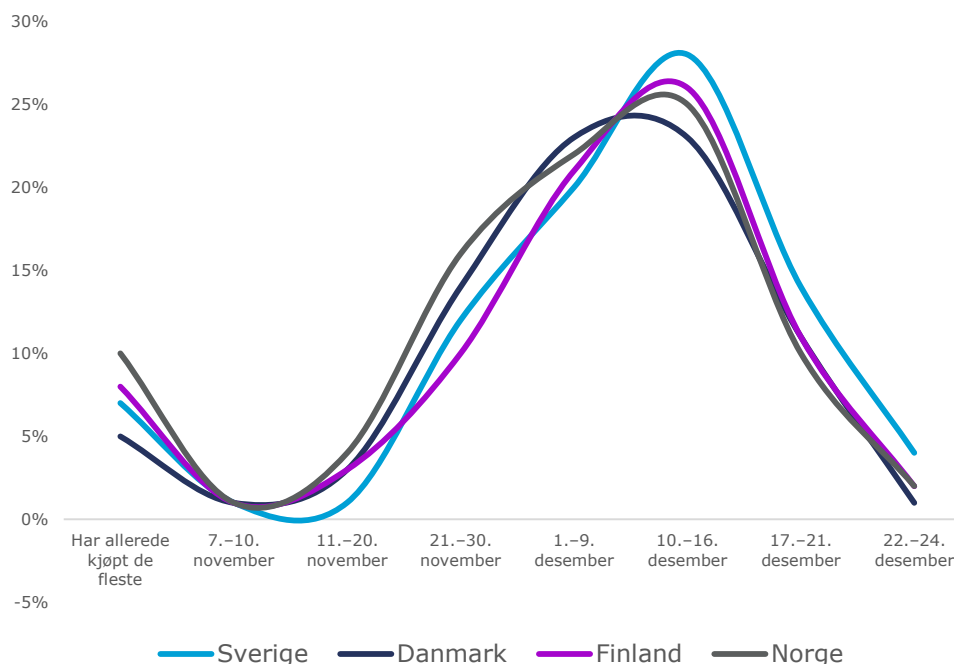
Julehandelen i Norden

Når kjøper nordiske forbrukere julegaver?

NORDMENN UTE I GOD TID

- For å unngå julestresset kan det være lurt å planlegge innkjøpene og å være ute i god tid, det er det en del av de nordiske forbrukerne som har tatt til seg. 5. november 2018, da det var nesten to måneder igjen til julaften, hadde enkelte forbrukere allerede kjøpt de fleste julegavene.
- Av de nordiske forbrukerne er det nordmenn som er tidligst ute med julehandelen, mange har allerede kjøpt de fleste julegavene. Også en del finske og svenske forbrukere har startet julehandelen, til forskjell fra de danske der færre har gjort det.
- Den vanligste perioden for nordiske forbrukeres julegaveinnkjøp er 10.-16. desember.

Når tror du at du kommer til å kjøpe julegaver i år?

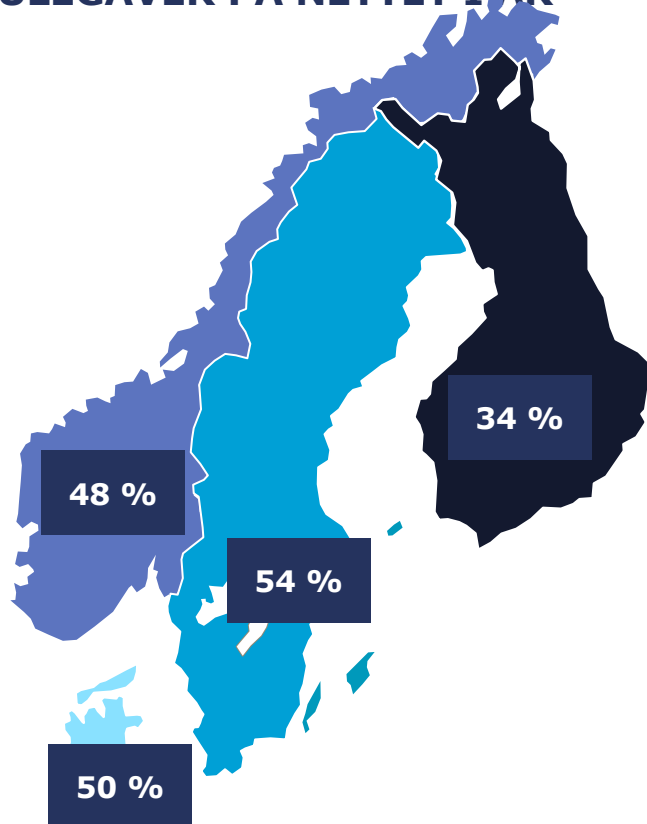


Grunnlag: Forbrukere som tror at de kommer til å kjøpe julegaver i år

Julehandelen i Norden

Halvparten av de nordiske forbrukerne har tenkt å kjøpe julegaver på nettet

ANDEL SOM TROR AT DE KOMMER TIL Å KJØPE JULEGAVER PÅ NETTET I ÅR

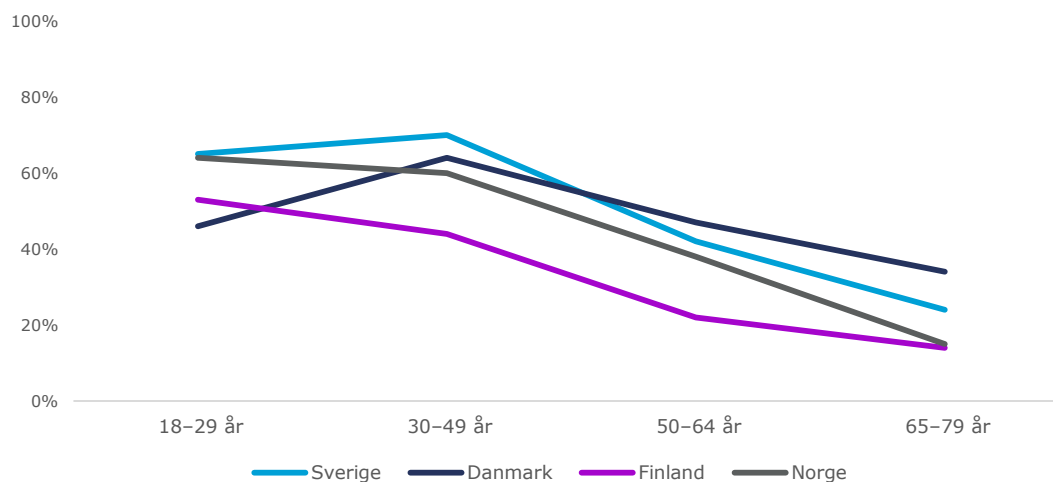


Grunnlag: Forbrukere som tror at de kommer til å kjøpe julegaver i år

Mye tyder på at julehandelen også i år vil bli god for de nordiske nettbutikkene. Stadig flere julegaver kjøpes på nettet, og særlig svenskene velger denne måten å handle på. Halvparten av svenske, danske og norske forbrukere planlegger å kjøpe julegaver på nettet. I Finland er andelen noe lavere, noe som trolig skyldes at netthandelsmodenheten generelt er lavere i Finland.

De nordiske forbrukernes planer om å kjøpe julegaver på nettet varierer med alderen. I Sverige og Danmark er andelen som kjøper julegaver på nettet, størst i aldersgruppen 30–49 år, mens den i Norge og Finland er størst i aldersgruppen 18–29 år.

Tror du at du kommer til å kjøpe julegaver på nettet i år?



Grunnlag: Forbrukere som tror at de kommer til å kjøpe julegaver i år

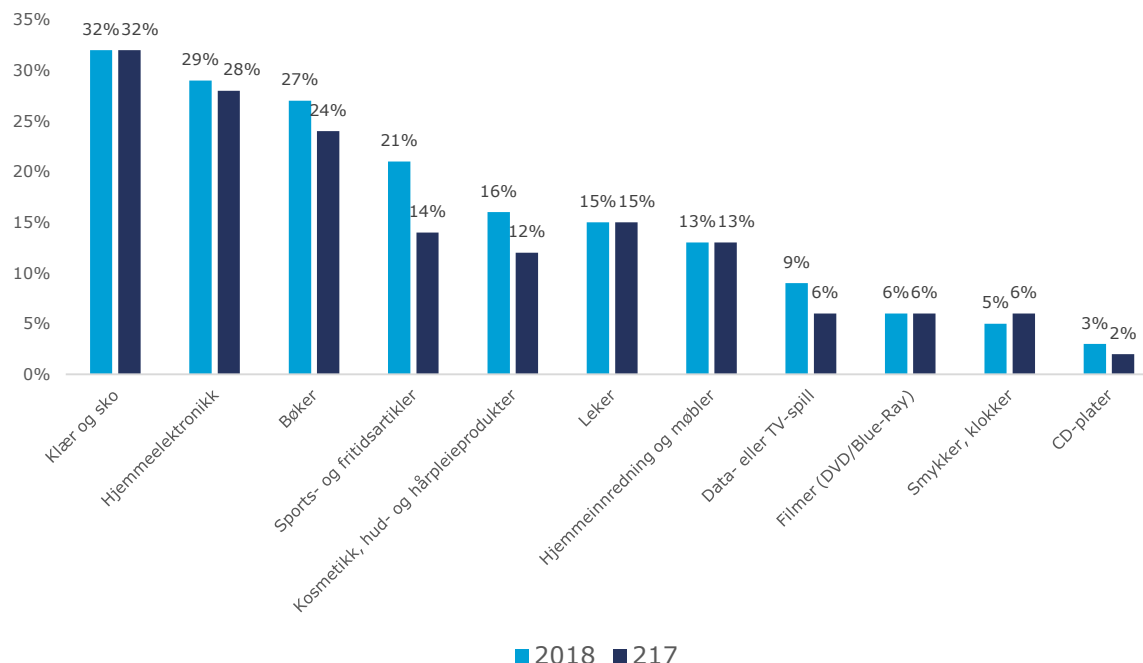
Norge

Julehandelen i Norden

Mote og hjemmeelektronikk på topp i Norge

Den norske julehandelen på nettet **Hva slags julegaver tror du at du kommer til å kjøpe på nettet i år?**

- Utviklingen i den norske nettojulehandelen går samlet sett i positiv retning. Til forskjell fra de andre nordiske landene er utviklingen i flere produktkategorier imidlertid uforandret. Norge er det eneste nordiske landet der andelen som har tenkt å gi klær og sko kjøpt på nettet i gave, ikke har økt siden i fjor.
- Utviklingen innen netthandelen viser at kategoriene for sports- og fritidsartikler samt kosmetikk og hud- og hårpleie utgjør en stigende andel av nordmenns julegavekjøp.
- Nordmenns julegavevalg på nettet varierer noe med alderen. Sportsinteressen er bl.a. sterkest i alderen 30–49 år. Der oppgir i underkant av en tredjedel av de som har tenkt å kjøpe julegaver på nettet, at de vurderer å gi en sports- eller fritidsartikkel kjøpt på nettet i julegave.



Grunnlag: Forbrukere som tror at de kommer til å kjøpe julegaver på nettet i år

Julehandelen i Norden

Prognosen for den norske netjtulehandelen er at den vil komme opp i drøyt NOK 5 milliarder i 2018

PROGNOSE FOR 2018

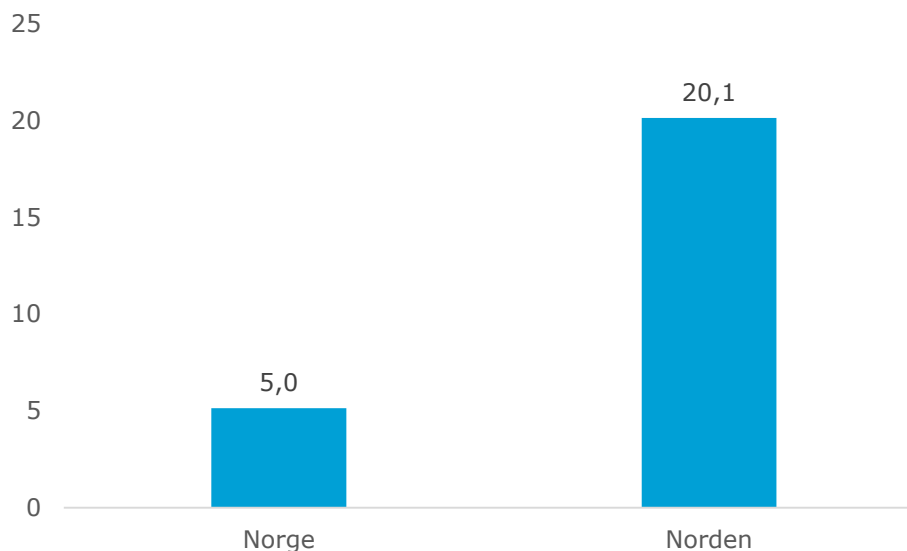
Det er mange fordeler forbundet med å kjøpe julegaver på nettet. Man slipper trengselen i butikkene, og det er enkelt å gjøre research og finne gode tilbud.

Det er derfor ikke overraskende at den norske netjtulehandelen har vokst de siste årene. Det forventes at nordmenn vil bruke cirka NOK 5 milliarder på å kjøpe julegaver på nettet i 2018, noe som kan sammenlignes med NOK 20,1 milliarder i Norden samlet sett.

Forbrukergruppene under 50 år er mer tilbøyelige til å kjøpe julegaver på nettet enn de eldre. Blant norske forbrukere over 65 år er det bare 15 prosent som oppgir at de har tenkt å kjøpe julegaver på nettet.

Når det gjelder geografiske forskjeller, er den største andelen som oppgir at de vil kjøpe julegaver på nettet, bosatt i Oslo/Akershus, mens man finner den laveste andelen i resten av østlandsområdet.

Forventet julehandel på nettet (milliarder NOK)



Black Friday

Black Friday appellerer til mange nordmenn

Mer enn hver tredje nordmann planla å handle i år

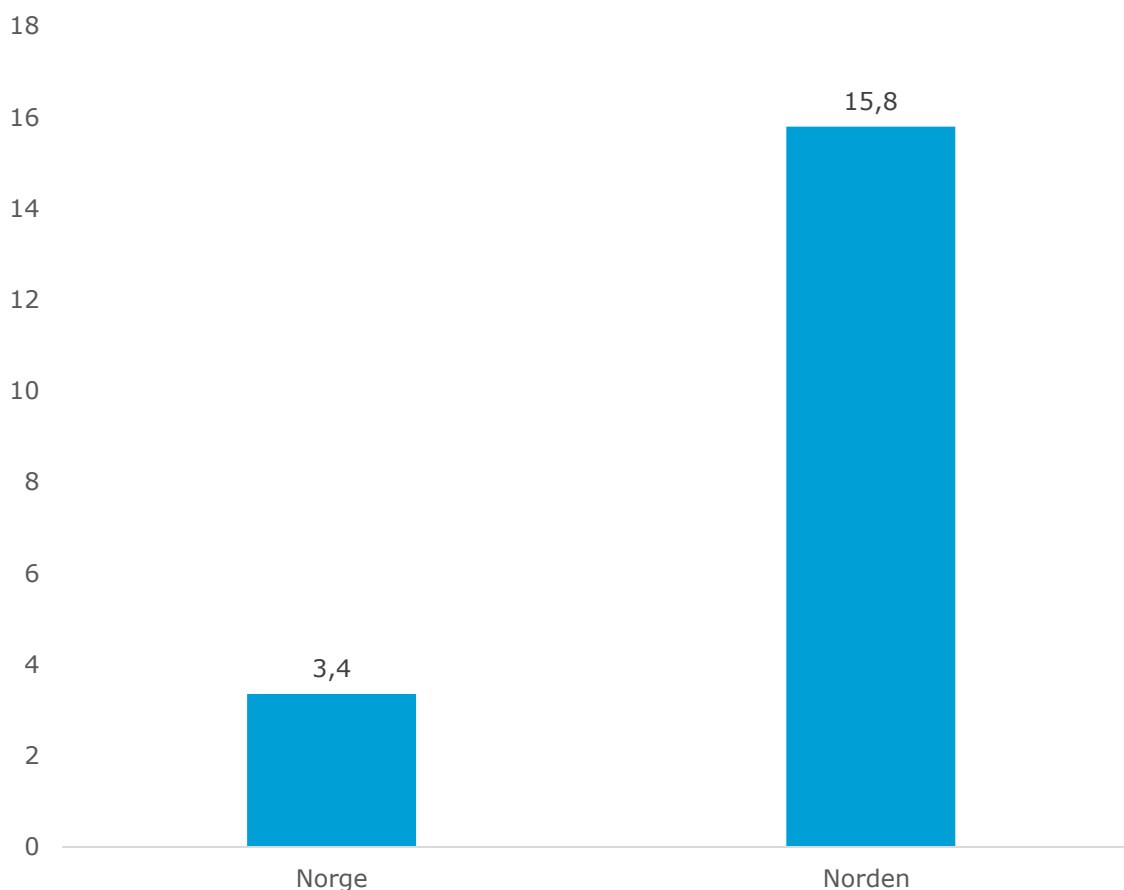
Black Friday er etter hvert blitt et naturlig startskudd for julehandelen. I år falt shoppingdagen på 23. november. Shoppinghøytiden stammer opprinnelig fra USA og finner alltid sted dagen etter Thanksgiving, som historisk sett er forbundet med feiring av innhøstingen.

Det er ingen tvil om at Black Friday og konsentrerte shoppinghøytider generelt er kommet for å bli. Stort sett alle norske forbrukere kjenner i dag til Black Friday, og rushet ser ut til å være aller størst på nettet, noe som skaper store muligheter for netthandelsaktørene.

Mer enn hver tredje norske forbruker hadde tenkt å handle på Black Friday i år (dette inkluderer ikke kjøp av næringsmidler). Verdien av nordmenns valfart til butikkene i år forventes å komme opp i NOK 3,4 milliarder.

Norske forbrukere benytter i høyere grad enn andre nordiske forbrukere seg av Black Friday til å kjøpe julegaver. En mulig delforklaring på dette er at nordmenn handler mye fra utenlandske nettsteder, bl.a. fra USA, og at Black Friday finner sted i god tid før jul. Det gjør at nordmenn føler seg trygge på at varer fra fjerntliggende shoppingdestinasjoner kommer frem i tide.

Forbruk på Black Friday 2018 (milliarder NOK)



Black Friday

Storeslem for nettbutikkene i forbindelse med kjøpefesten

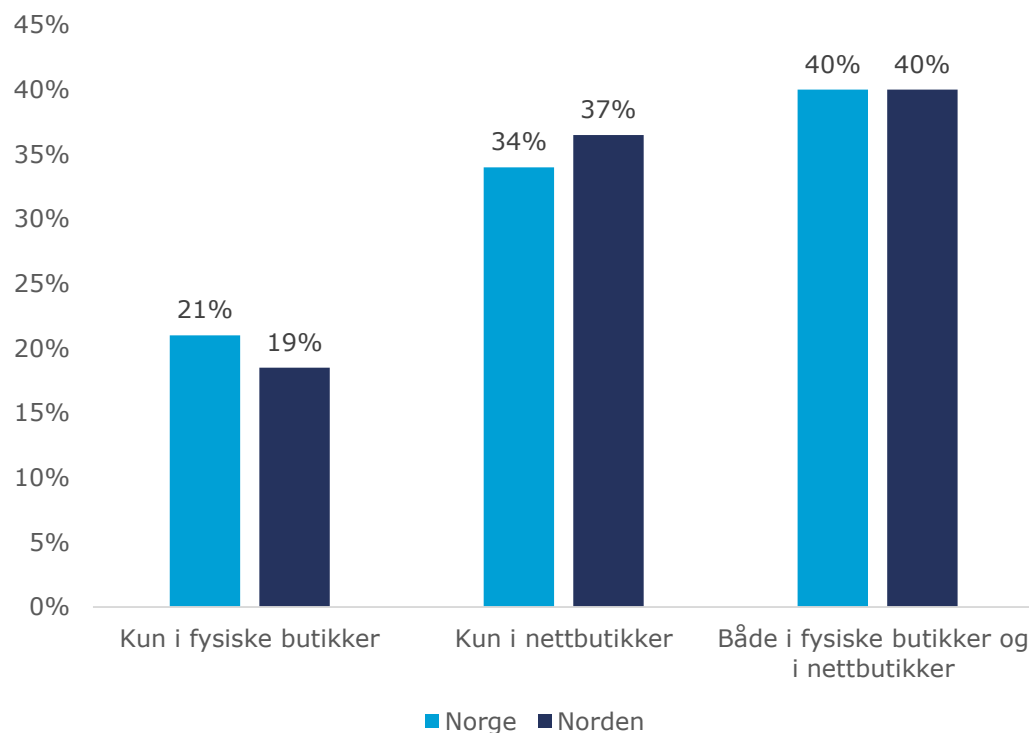
Flere handler mer i år – men valget av kjøpskanal varierer

Det at forbrukerne har fått øynene opp for Black Friday, merkes ikke bare på det store antallet forbrukere som velger å handle, men også på kjøpesummene. Før 23. november i år oppga hver tredje nordmann som handlet på Black Friday i fjor, at de hadde tenkt å handle mer i år.

De største vinnerne av kjøpefesten Black Friday ser ut til å være nettbutikkene. Tre av fire nordmenn som planla å handle på Black Friday, hadde planer om å gjøre det på nettet, mens drøyt annenhver så frem til en shoppingopplevelse i fysiske butikker. Fire av ti planla å handle både på nettet og i fysiske butikker.

Norske menn foretrekker i klart høyere grad enn norske kvinner å bruke hele budsjettet på nettet, mens relativt flere kvinner ønsker å gå i fysiske butikker. En annen tendens er at folk i Nord-Norge og Oslo er mer tilbøyelige enn andre til å handle på nettet. Det er mulig at manglende tilgang på fysiske butikker spiller en rolle når det gjelder de førstnevnte, mens det for de sistnevnte er mangel på tid og en opplevelse av trengsel og stress i fysiske butikker som er hovedårsakene.

I hvilken type butikk tror du at du kommer til å handle (ekskl. næringsmidler) på Black Friday?



Black Friday

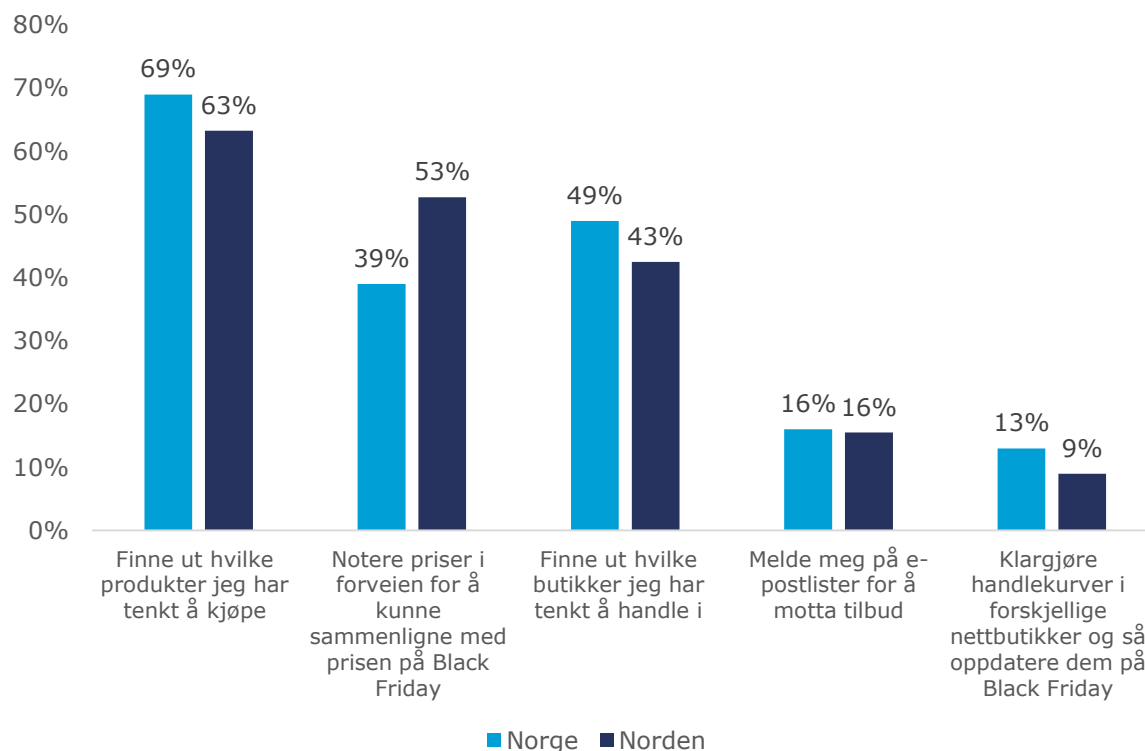
Opplyste og godt forberedte forbrukere

Mer enn annenhver gjorde konkrete forberedelser

Forbrukerne blir stadig mer opplyste og velinformerte. De vet at det som regel kreves en del tålmodighet og systematisk innsats for å gjøre de største kuppene i forbindelse med salget. 55 prosent av de norske forbrukerne som planla å handle på Black Friday, oppga at de hadde forberedt seg på en eller annen konkret måte før selve shoppingen.

Norske forbrukeres planleggingsmønster skiller seg fra de øvrige nordiske forbrukernes – nordmenn fokuserer generelt mindre på prissammenligninger og er trolig mindre prisfølsomme. En annen forskjell er at norske menn var mer tilbøyelige til å planlegge Black Friday-opplevelsen enn norske kvinner, mens mønsteret mellom kjønnene er det omvendte i Sverige og Danmark. Den typiske godt forberedte Black Friday-forbrukeren i Norge er en mann i alderen 30–49 år bosatt på Østlandet eller Vestlandet.

Har du forberedt / kommer du til å forberede deg på Black Friday i år?

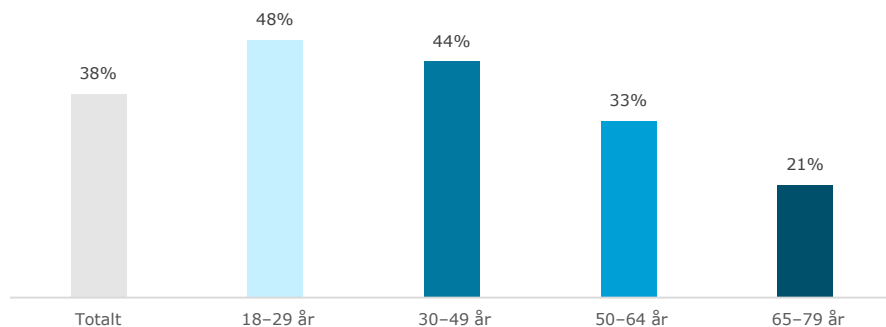


Grunnlag: Forbrukere som har forberedt seg på Black Friday i år

Singles Day

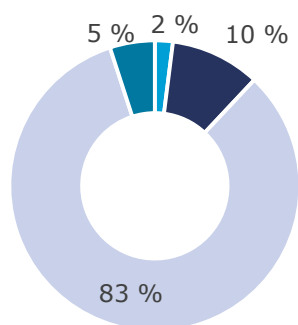
Ny shoppinghøytid

Har du hørt om Singles Day (11. november)?



Grunnlag: Alle (100 %)

Har du tenkt å handle / handlet du på nettet på Singles Day i år?



- Ja, jeg har tenkt å handle på nettet på Singles Day
- Ja, jeg handlet på nettet på Singles Day
- Nei
- Usikker, vet ikke

Grunnlag: Forbrukere som har hørt om Singles Day

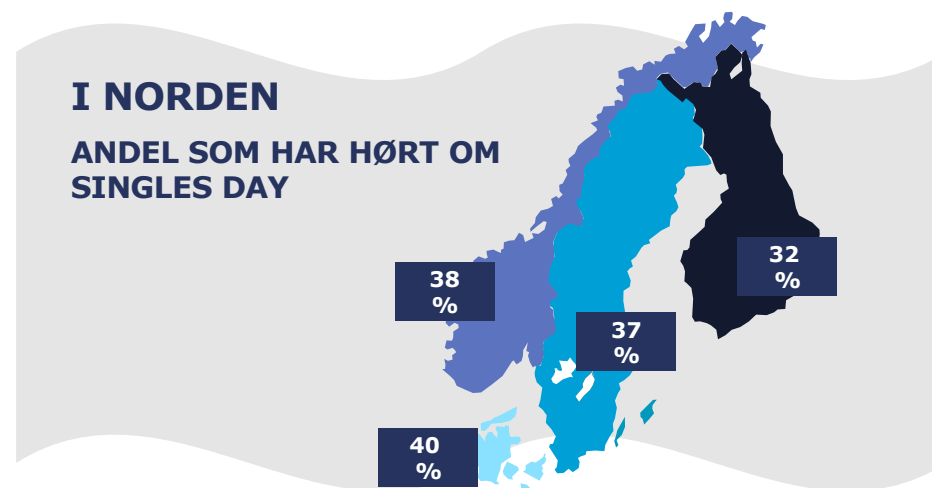
Singles Day er en tilbudsdag som finner sted 11. november hvert år. Singles Day begynte å sette avtrykk i Norge i 2017, og i år oppgir 38 prosent av norske forbrukere at de kjenner til den nye shoppinghøytiden. Forbrukere i forskjellige aldre kjenner til Singles Day, selv om kjennskapen er høyere jo lenger ned i aldersgruppene man går.

I Norge har Singles Day særlig blitt båret frem av tilbud fra elektronikk- og klesbutikker på nettet. Blant nordmenn som kjenner til denne tilbudsdagen på nettet, var det imidlertid få som hadde tenkt å handle denne dagen.

Singles Day er stor internasjonalt og har hatt størst gjennomslag i Kina, der Alibaba satte ny omsetningsrekord i år med NOK 260 milliarder. Det er ingen tvil om at nordiske forbrukere har fått øynene opp for Singles Day, men det gjenstår å se hvor lang tid det tar før shoppinghøytiden for alvor kan ta opp kampen med Black Friday.

I NORDEN

ANDEL SOM HAR HØRT OM SINGLES DAY



Grunnlag: Alle (100 %)

Hvis du vil ha mer informasjon om netthandelen

i Norden, kan du kontakte:

Arne Andersson, netthandelsekspert

PostNord, tlf. 0730-790 552

PostNords pressetelefon

Tlf. 010-436 10 10