

---

# Dansk Erhvervs E-handelsbarometer

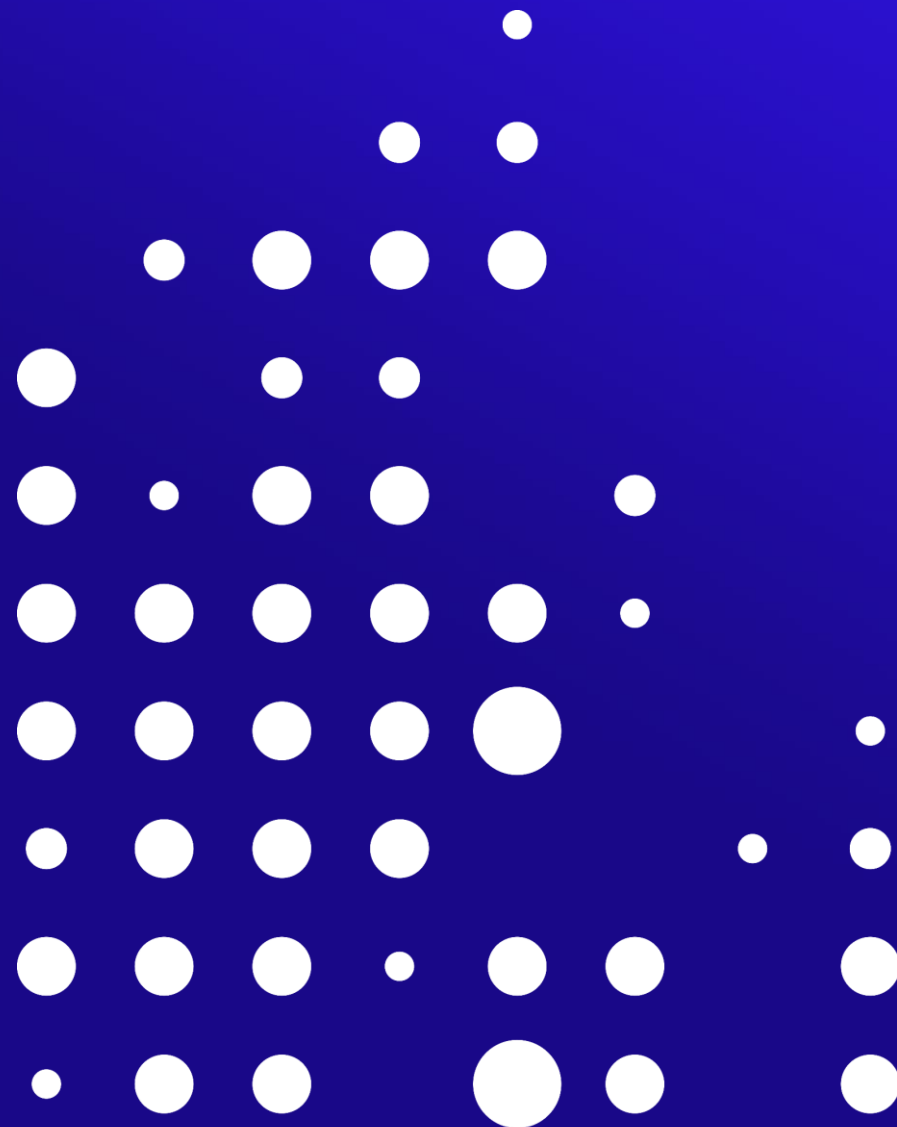
## Digital Handel

### 1. kvartal 2024

#### Ekstra: TEMU effekter og anvendelse af AI

*E-handelsbarometeret er en mindre analyse, hvor vi kort, men ikke dybdegående, måler temperaturen på nethandlen blandt de rene netbutikker og onlinedelen af omnichannel.*

*Vi spørger både B2B, D2C og B2C.*



# Status 1. kvartal

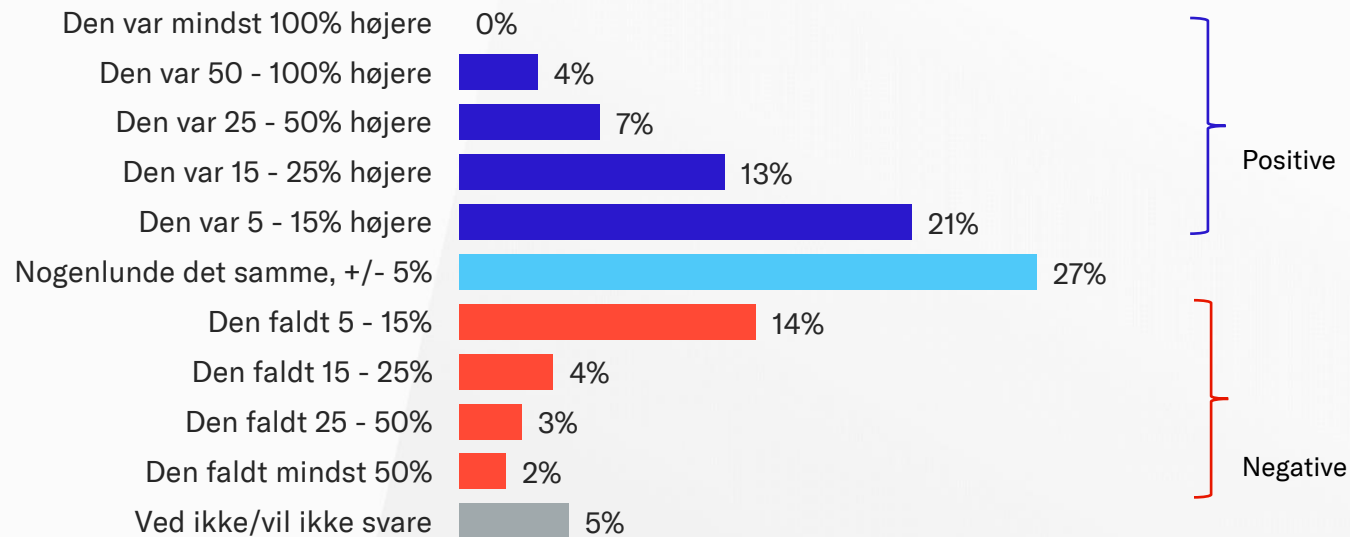
E-handelsbarometeret har siden 2019 givet en temperaturmåling på digital handel blandt Dansk Erhvervs medlemmer.

Som det ses af nederste grafik, var udviklingen til og med 2021 meget positiv, mens der omvendt i hele 2022 var klart flere negative end positive. I første kvartal af 2023 skiftede stemningen til et mere neutralt niveau, mens e-handelsbarometeret har sendt pilen over i positivt terræn i fjerde kvartal 2023.

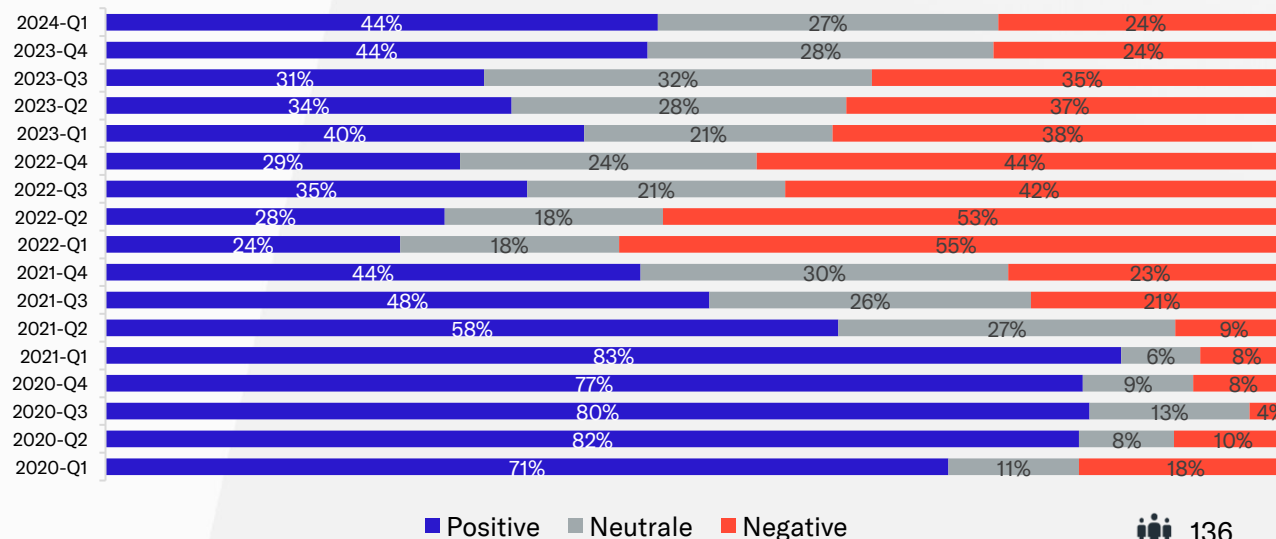
I første kvartal af 2024 fortsætter de gode takter. Der er 44% med fremgang og 23% med tilbagegang i kvartalet, hvilket samlet giver et positivt barometer på 21%.

Analysen indikerer også, at det gik knap så positivt i de små butikker som i de store, men at forskellene på tværs af grupper var begrænsede.

Hvordan har din e-handelsomsætning udviklet sig i 1. kvartal 2024 ift. samme periode sidste år?



Udvikling ift. samme kvartal sidste år



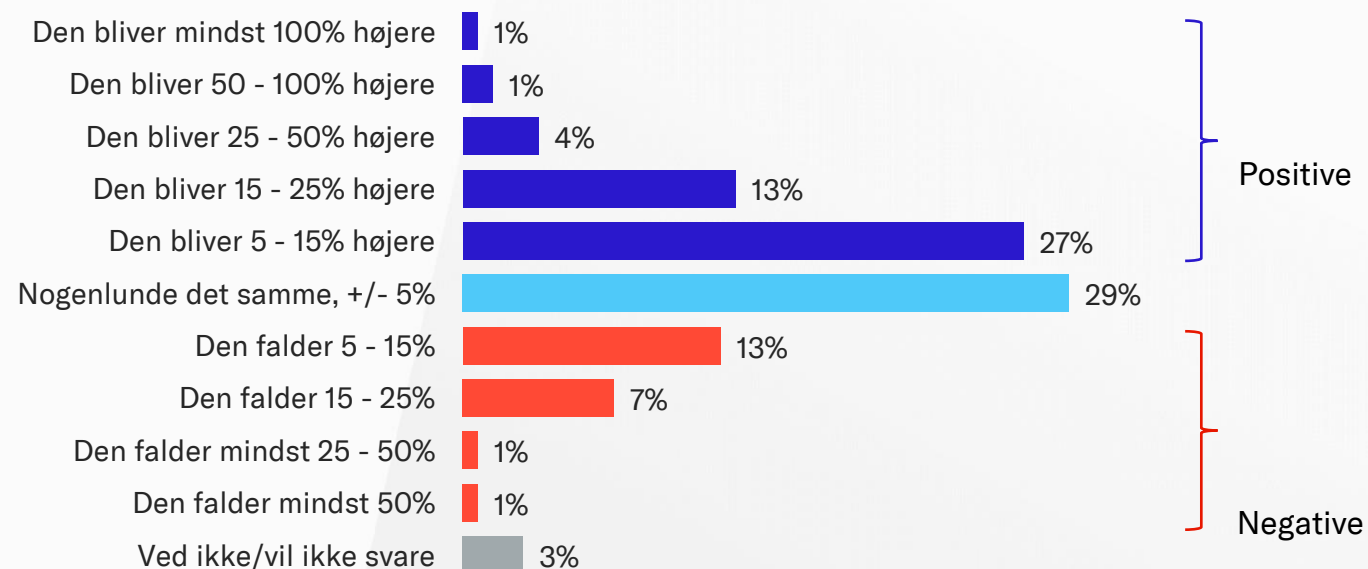
# Forventninger til 2. kvartal 2024

Status for første kvartal 2023 var ret præcist som ventet i det foregående kvartal. Hvis forventningerne til andet kvartal også holder, kan e-handlerne igen generelt se frem til et fornuftigt kvartal: 46% har positive forventninger mod 21% med negative forventninger og samlet giver det et plus på 25%.

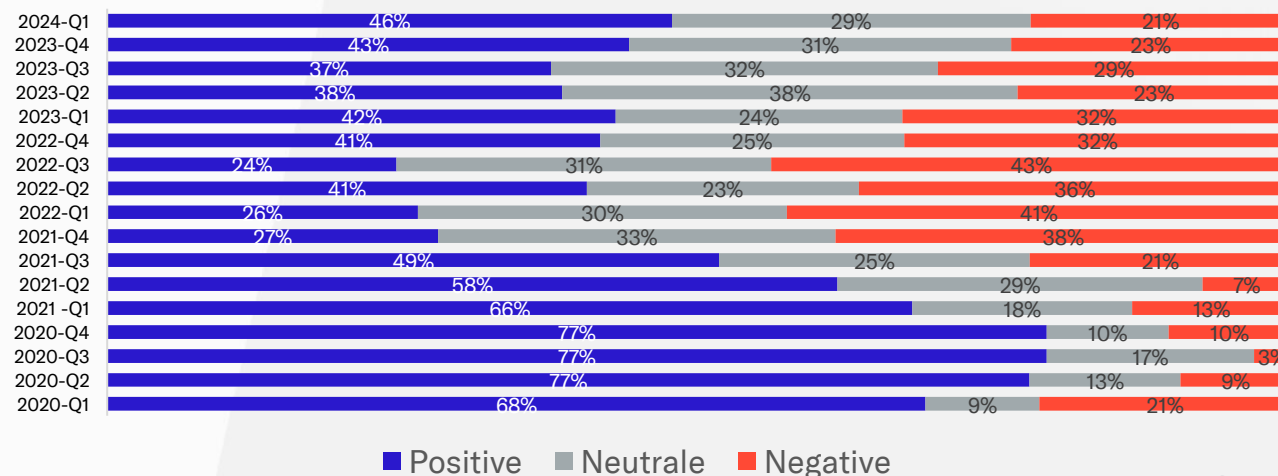
Da første kvartals forventninger blev målt var 20% samlet set positive og dermed er der forhåbentligt et mindre løft i vente for netbutikkerne.

Det mindst positive segment i stikprøven er de små butikker, hvor netto 15% har positive forventninger. Omnichannel og rene netbutikker har nogenlunde samme forventninger, mens B2B ligger en smule højere en B2C.

Hvordan forventer du, at jeres e-handelsomsætning udvikler sig i ANDET kvartal 2024 ift. samme periode sidste år?



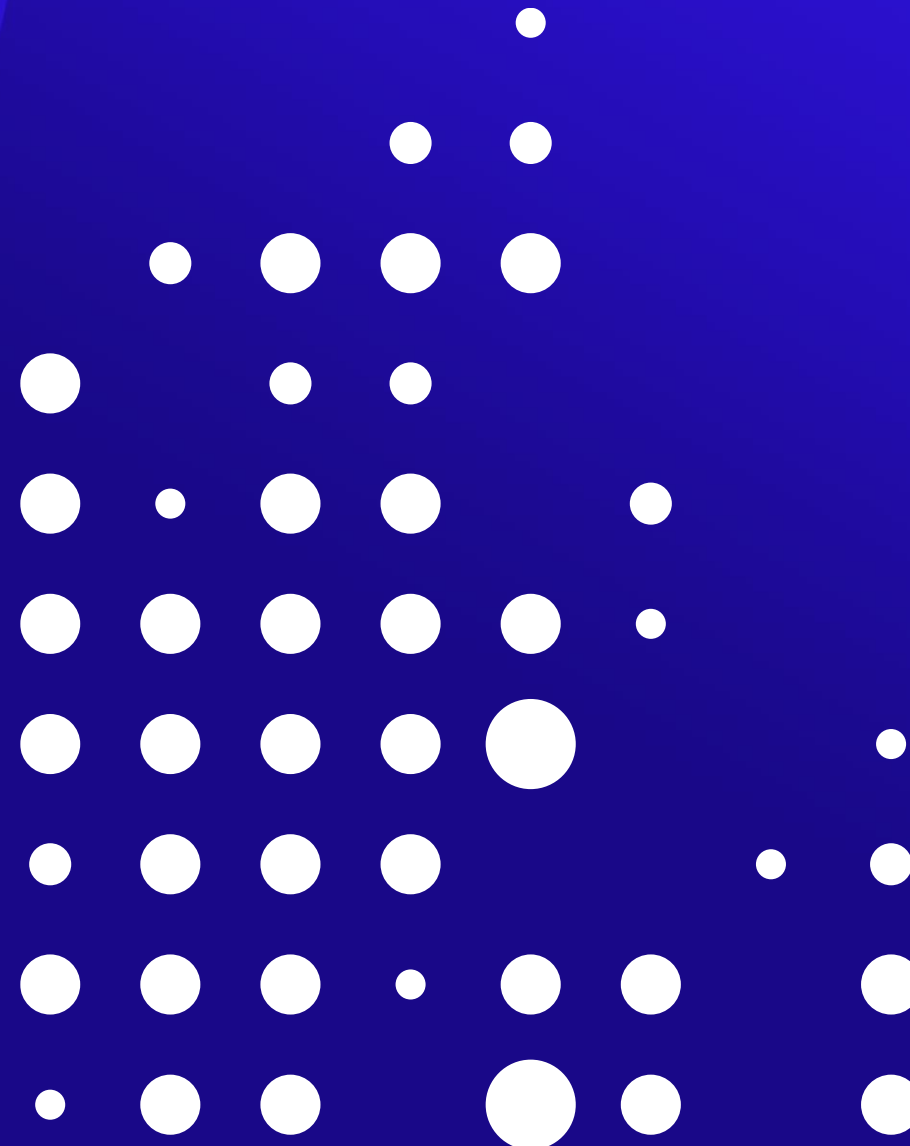
Forventning til det efterfølgende kvartal (ift. samme periode sidste år)



---

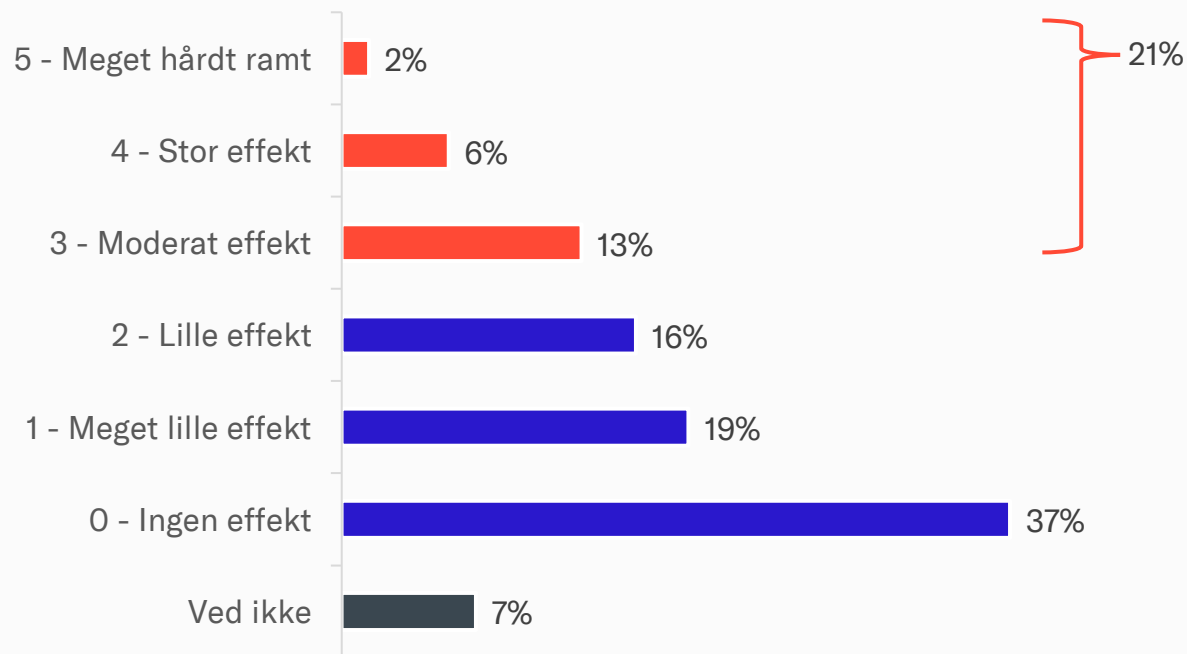
# TEMU

## Konkurrencесituation og tiltag

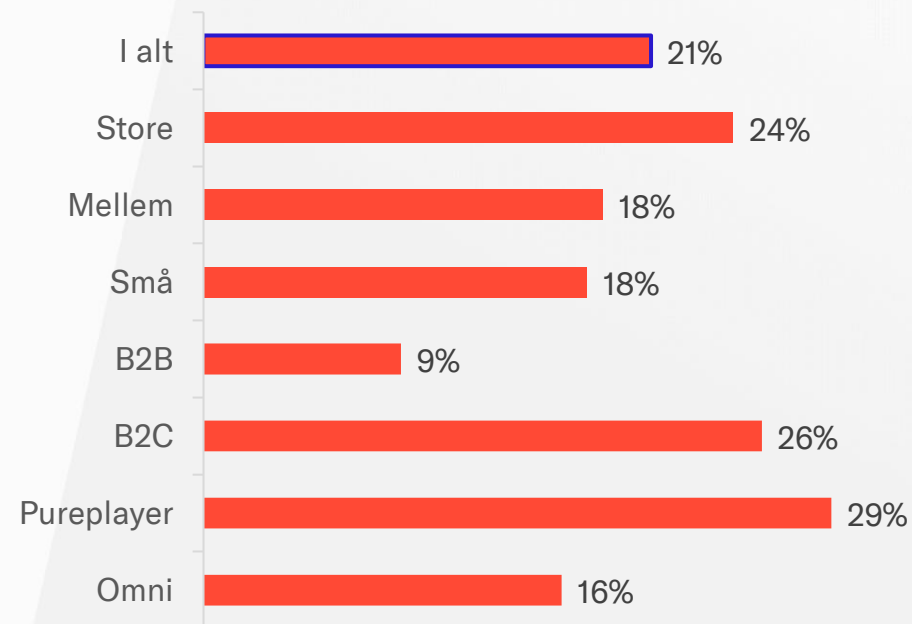


# Hver femte virksomhed i analysen er ramt moderat til meget hårdt af Temu. Det er i høj grad de rene netbutikker, der er ramt mens virksomheder med salg til B2B foreløbigt er ramt i mindre omfang.

Hvor hårdt vil du sige, at du er ramt af TEMUs indtog på det danske marked?

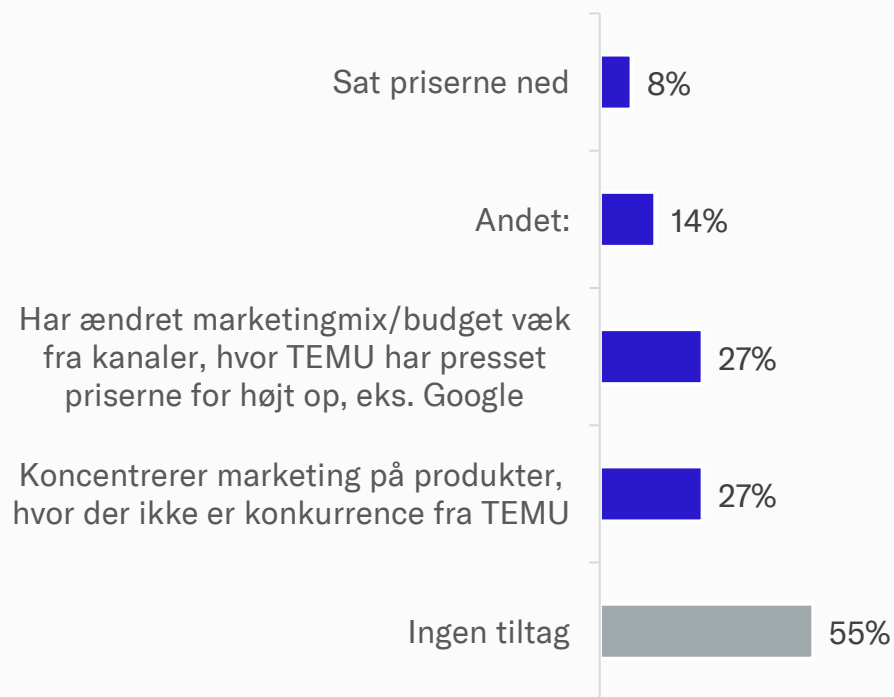


Andel (indikation), der er ramt moderat eller hårdere i grupperne



# Blandt de virksomheder, der som minimum mærker en lille effekt af Temus indtog, har næsten halvdelen reageret på den ændrede konkurrencesituation.

Hvilke specifikke tiltag har du evt. foretaget som reaktion på TEMUs indtog?

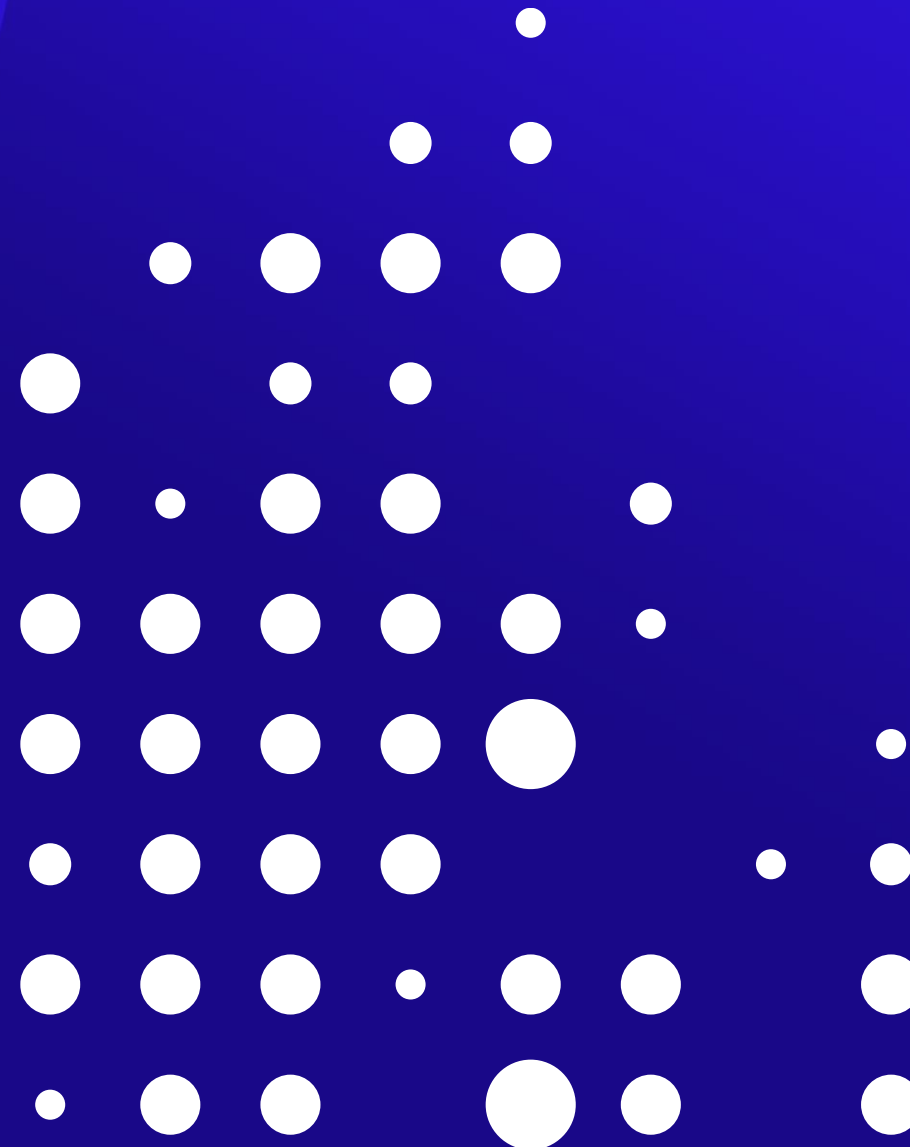


Udvalgte "andet" svar:

- Har ændret setup i bla google som har gjort vi har øget omsætning og sænket CPC priserne ifht sidste år
- optimereret indkøbsteknik på Google
- Øget PPC budget
- Prøver at understrege de godkendelser og certificeringer der er på vores produkter (som underforstået ikke er på TEMUs)
- Fokus på danskhed, leveringshastighed, sikkerhed
- Forsøgt at smide TEMU væk fra at annoncere på vores virksomhedsnavn
- Holder øje med deres pres på vores branche og egen eksponeringsandel.
- Øget kundeservice

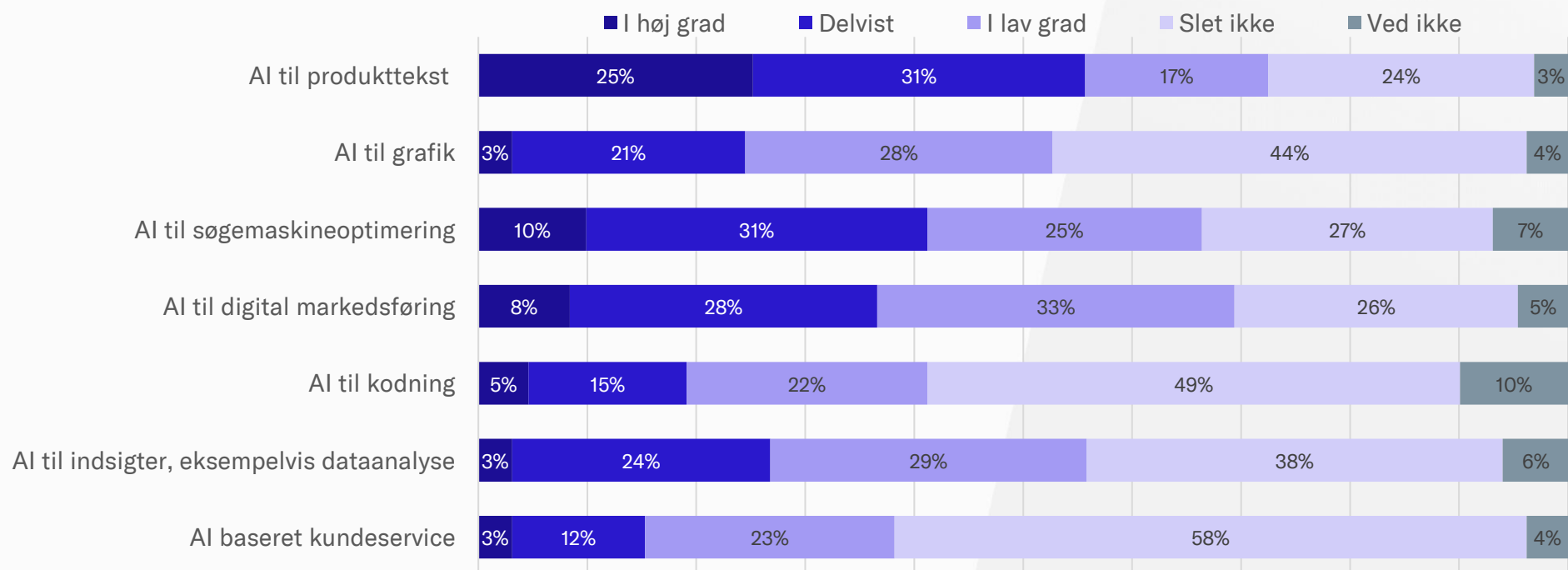
---

# AI Anvendelse



# AI er bredt anvendt, især ift. produkttekster og sekundært søgemaskineopdatering og digital markedsføring. Kundeservice og kodning er de områder, hvor der er anvendelsen er mindst udbredt; dette især hos de mindre webshops.

I hvilken grad anvender I AI til jeres webshop på disse områder?





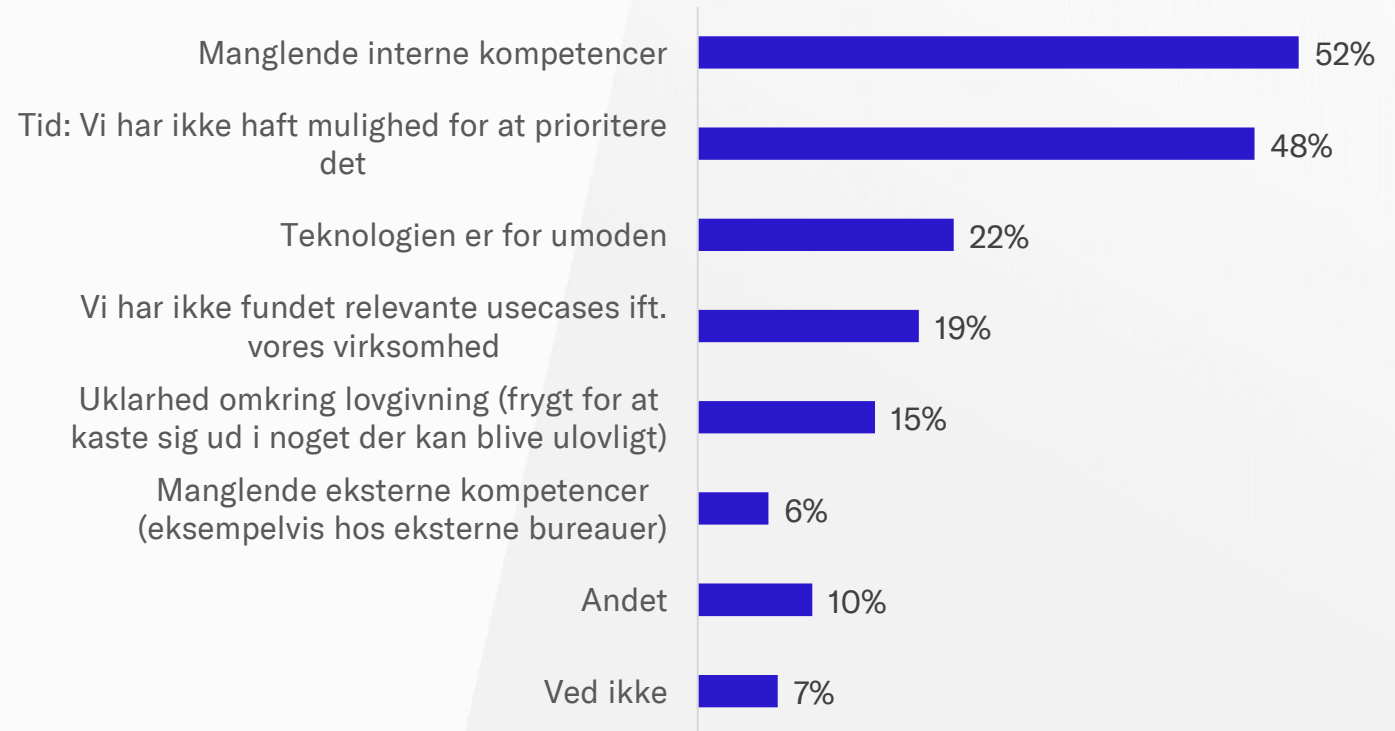
# Barrierer for at anvende mere AI

Barriererne for at anvende mere AI handler i høj grad om kompetencer og villighed til at prioritere AI.

I nogen udstrækning (22%) vurderer virksomhederne i analysen, at teknologien er for umoden – det er i højere grad store end små, der har den oplevelse.

De små virksomheder mangler omvendt i højere grad end de store at se relevante usecases. Uklarhed hos de små virksomheder ift. lovgivning er også en større oplevet barriere, end det er for de store virksomheder.

## Hvilke barrierer oplever I for at anvende mere AI?



---

# Baggrundsinfo

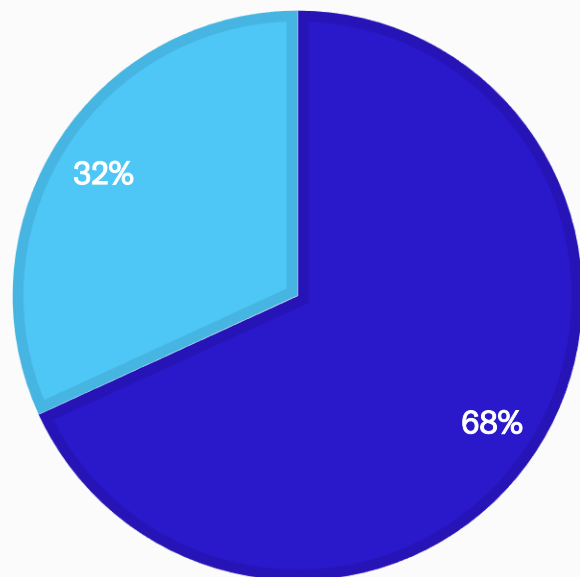
DANSK  
ERHVERV



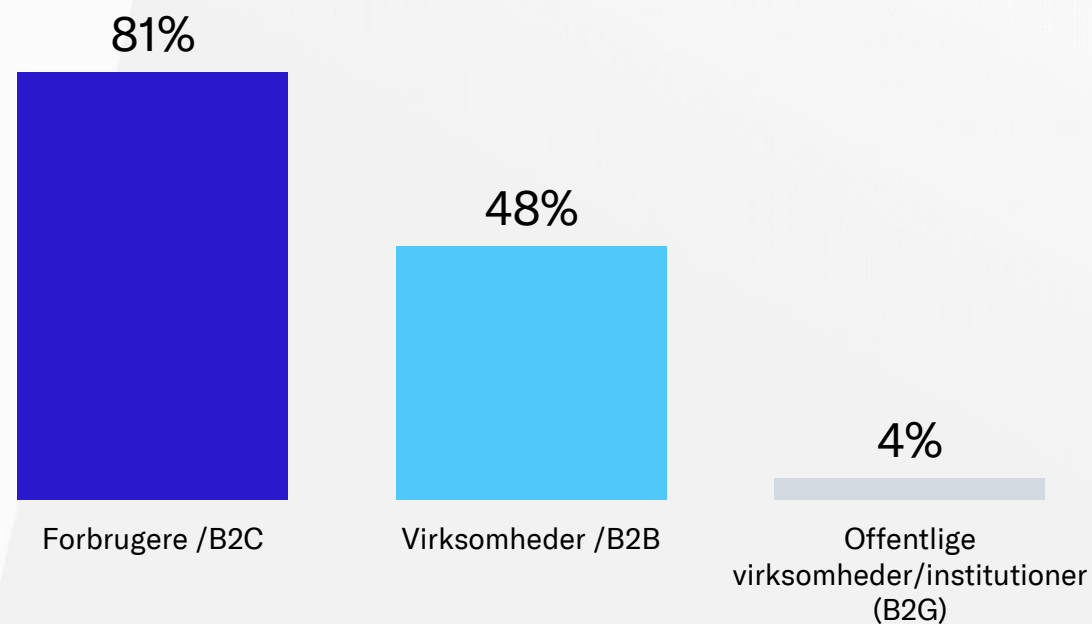
# Baggrundsinfo – afsætningskanal og målgruppe

AFSÆTNINGSKANAL: HVAD  
BESKRIVER BEDST DIN  
VIRKSOMHED?

■ Nethandel og fysisk butik   ■ Ren nethandel

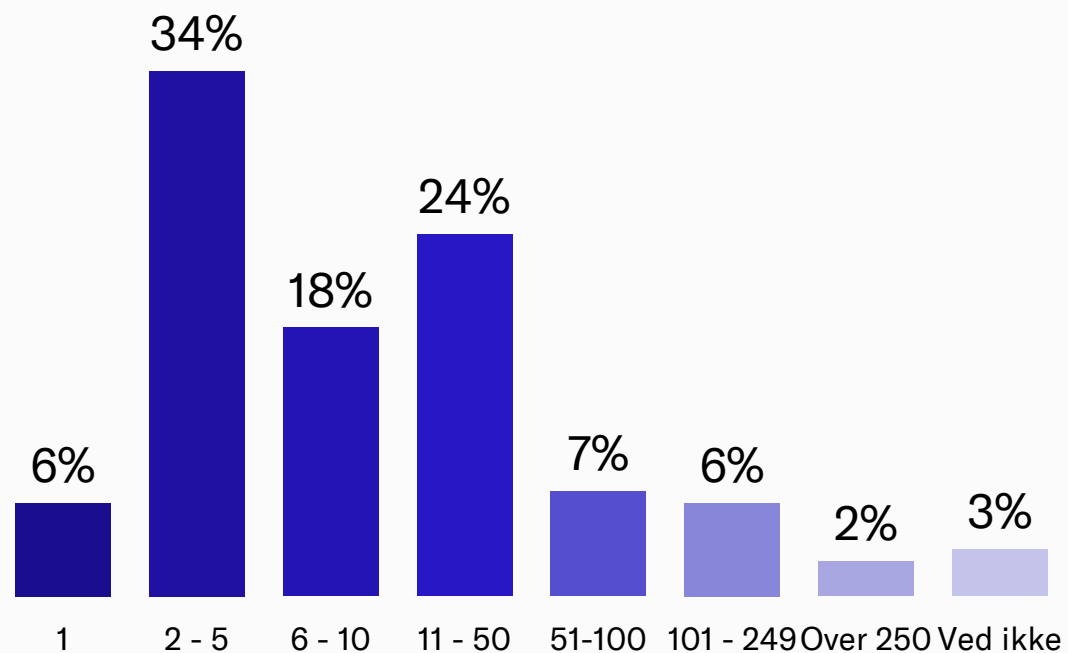


Hvilken målgruppe henvender din virksomhed  
sig primært til? **Max 2 svar**

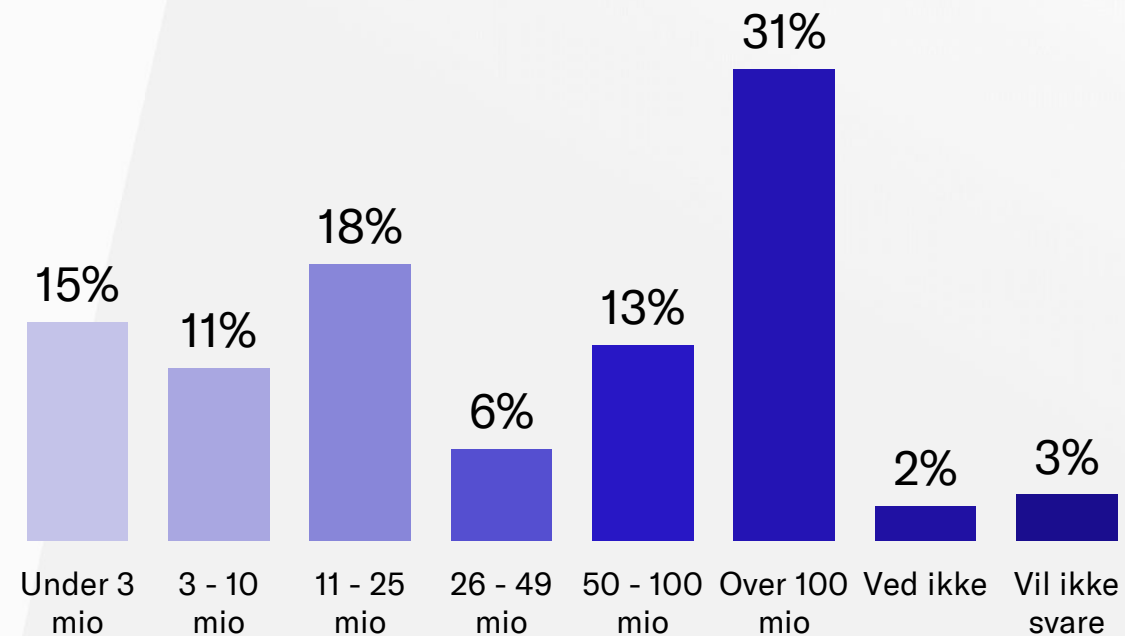


# Virksomhedsstørrelse: e-handelsansatte og omsætning

Ansatte der arbejder med/deltager i virksomhedens e-handel



Hvor stor er virksomhedens årlige e-handels omsætning ca.? (inkl. moms)



# Om undersøgelsen

Formål: En "temperaturmåling" på e-handlen – hvordan gik seneste kvartal og hvad er forventningerne fremad?

Vi stiller ikke en dyb diagnose, men måler hvordan netbutikkerne/digital handel har det overordnet. Undersøgelsen bygger derfor på få spørgsmål for at sikre, at den er nem og hurtig at besvare.

Pga. stikprøvestørrelsen bør man være varsom med at generalisere på baggrund af resultaterne.

Målgruppen er virksomheder med e-handel (inkl. omnichannel, både B2B, D2C & B2C) og medlemmer af Dansk Erhverv.

136 i målgruppen (netto) har deltaget i hele kvartalets undersøgelse, mindst 2/3 i ledelsesfunktion.

Bruttostikprøven var på 1.171 og der er udsendt én rykker.

Data er indsamlet 29/5 – 7/6 2024.

Antal svar i delmålgrupper					
Mindre (<11 mio E-kr.)	34	B2B	74	Omnichannel	107
Mellem (11-100 mio E-kr)	49	B2C	124	Pureplayer	50
Store (>100 mio E-Kr.)	41	(multi)			