



The Nielsen Company
770 Broadway, New York, NY 10003
www.nielsen.com

Pressenotat

Kontaktperson:

Knut Gartland – 911 95 758 – knut.gartland@nielsen.com

OVER 875 MILLIONER FORBRUKERE HAR HANDELT PÅ NETTET -- ANTALLET NETTHANDLERE HAR ØKT MED 40% PÅ TO ÅR

KJØP AV KLÆR/SKO ØKER MEST

“Visa” er Det Mest Populære Betalingskortet

New York, NY, 28. januar, 2008—Over 85 % av verdens onlinebrukere har handlet på Internett— en vekst på 40 % i løpet av de to siste årene—viser tall fra Nielsens siste globale onlineundersøkelsen av folks handlevaner på Internett. Globalt sett, i følge Nielsen, betyr dette at over halvparten av internettbrukerne har gjort minst ett kjøp via internett i løpet av den siste måneden.

“Internett er ikke lenger en nisje innen teknologien – den er massemedia og en fullstendig integrert del av det moderne liv. Det finnes nesten ingen aspekter i livet som er uberørt av online medier. Ettersom livet blir stadig mer travelt og hektisk er det ikke overraskende at forbrukerne tyr til den enkelhet og bekvemmelighet som internetthandel byr på.” sier Jonathan Carson, President, International, Nielsen Online.

“Da Nielsen for to år siden gjennomførte sin første globale undersøkelse om trendene innen internetthandel, hadde ca. 10 % av verdens onlinebrukere (627 millioner) handlet på nettet” sier Bruce Paul, VP, Customized Research, Nielsen U.S. “På to år har dette tallet økt med ca. 40 % (til 875 millioner).”

Den høyeste prosenten blant internettbrukere som handler på nettet fant man i Sør Korea hvor 99 % av de som hadde tilgang til nettet hadde brukt det til å handle. Så fulgte Storbritannia, Tyskland og Japan alle med 97 %. Så kom USA med 94 %. I tillegg hadde 79 % av internettbrukerne i Sør Korea handlet i løpet av den siste måneden, etterfulgt av Storbritannia (76 %), Sveits (67 %) og USA (57 %).

På verdensbasis er bøker det mest populære og mest kjøpte produkt på nettet (41 % i de siste tre måneder), klær/tilbehør/sko (36 %), video/DVD/spill (24 %), flybilletter (24 %) og elektronisk utstyr (23 %).

Blant de tyske internettbrukerne svarte 55 % at de hadde kjøpt bøker, 42 % hadde kjøpt klær/tilbehør/sko og en av fire hadde kjøpt musikk/video/DVD i løpet av de siste tre månedene.

I den sammen perioden hadde 45 % av internettbrukerne i Storbritannia kjøpt bøker på nettet, etterfulgt av video/DVD/Spill (44 %), klær/tilbehør/sko (38 %), musikk (37 %) og en av fire hadde også handlet flybilletter på nettet.

Blant internettbrukerne i USA hadde 41 % i løpet av den siste måned kjøpt klær/sko/tilbehør, 38 % bøker og en av tre hadde kjøpt video/DVD/spill.

Antallet av internettforbrukere som kjøper bøker på nettet har øket 7 % de to siste årene, men den største økningen har vært i gruppen klær/tilbehør/sko som økte fra 20 til 36 %. "Noen av de største bokkjøperne på nettet kommer fra utviklingsland som Kina, Brasil, Vietnam og Egypt. Dette viser en et enormt vekstpotensial for detaljistene som kan spisse seg inn mot disse hurtigvoksende markedene", sier Carson.

Interesse for nettkjøp av video/DVD og flybilletter steg henholdsvis to og tre prosentpoeng i løpet av de to siste årene – i dag svarte en av fire globale nettbrukere at de hadde kjøpt disse produktene på nettet i løpet av de siste tre månedene.

Over 70 % av inderne og over 60 % av irske og Forende Arabiske Emiraters internettbrukere svarte at de hadde kjøpt flybilletter på nettet i løpet av de siste tre måneder. Reiser tar dermed fjerdeplassen på listen over de mest populære handelskategorier på nettet.

"Reiseliv er en kategori som er meget godt tilpasset internett på grunn av muligheten den gir til å tilby en effektiv adgang til en utrolig mengde av sammenlignbar informasjon. Mens visse områder av reiselivet i starten var trege til å dra nytte av fordelene ved internett er det nå utvilsomt et av suksesshistoriene online og spiller en vesentlig rolle i dagens reisendes arrangementer og erfaring." sier Carson.

En av fire globale internettbrukere kjøpte DVD/Video på nettet i løpet av de tre siste måneder. På topp finner vi Storbritannia med 44 %, etterfulgt av Sør-Afrika med 38 %. På femteplassen finner vi USA med 31 %.

Betalingsmåter for Internetthandel

Kredittkort er uten tvil den mest brukte betalingsmåten for nettkjøp – 60 % av de globale nettbrukerne brukte sitt kredittkort til et nylig kjøp på nettet, mens en av fire nettbrukere valgte PayPal. Mer enn halvparten av de som betalte med kredittkort brukte Visa.

Tyrkiske nettkjøpere (som representerer en økonomisk elite i dette landet) toppet den globale rankinglisten for bruk av kredittkort (91 %) til online handel, etterfulgt av 86 % i Irland og 84 % i India og De Forende Arabiske Emirater. "Handel på nettet med kredittkortets bekvemmelighet appellerer spesielt til forbrukere i nye markeder som ganske enkelt ikke får tak i de produktene de ønsker i sine lokale butikker. Internett har åpnet en helt ny shoppingverden for disse forbrukerne." sier Paul.

Mens netthandlere Latin-Amerika og Asia bruker kredittkort som den foretrukne betalingsmåten er debittkort mest populær i Storbritannia (59 %) og USA (40 %) til netthandel.

Valg av netthandelssteder

I følge Nielsen viser det seg at netthandlere holder seg til de stedene de kjenner. 60 % sier de kjøper oftest fra samme sted. Dette viser viktigheten av å fange opp de millioner av nye nettkjøpene i det de gjør sin første handel på nettet. Hvis netthandelsstedene får fanget dem opp tidlig og gitt dem en positiv kjøpsopplevelse vil de også få deres lojalitet og penger." sier Paul.

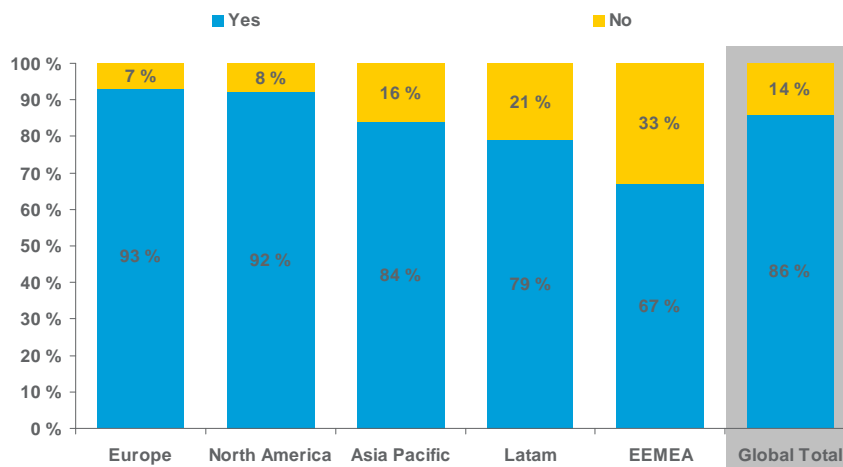
Når det gjaldt valg av netthandelssteder brukte en tredjedel en søkemotor eller surfet rundt for å finne den beste online butikken. En av fire stolte på personlige anbefalinger.

"Anbefalinger fra andre forbrukere – enten det var folk de kjente eller en annen nettkjøper – spiller en utrolig stor rolle i bestemmelsesprosessen. Det siste årets voldsomme økning i forbrukerutviklet

media betyr at denne tilliten til "Word of Mouth" sammenlignet med andre referanser ser ut til å øke." sier Carson.

Diagram 1: Internettbrukere som har handlet på nettet

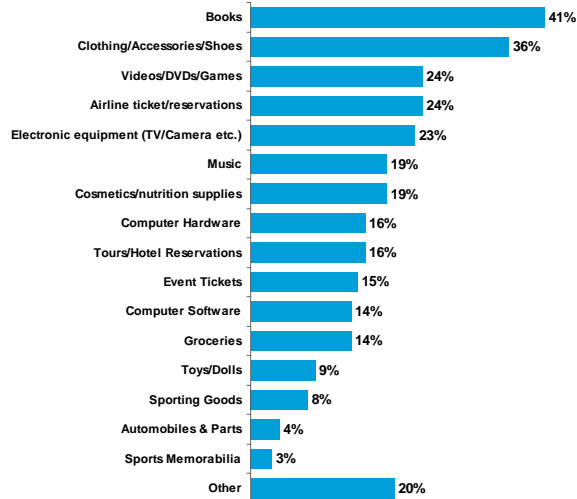
Har du noen gang handlet på nettet?



Base: All respondents
 Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

Diagram 2: Mest populære nettkjøp

Hvilke produkter har du kjøpt på nettet i løpet av de siste 3 månedene?
Globalt gjennomsnitt

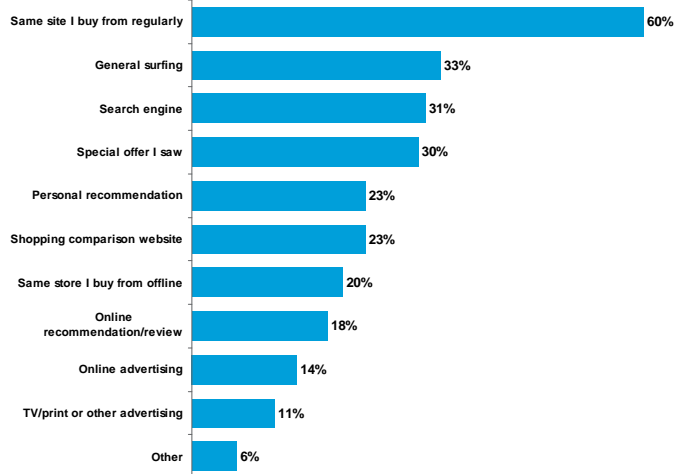


Base: Respondents who have made a purchase online in the past 3 months
Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

Consumer Confidence Survey Field dates 24/10/07 – 7/11/07 Page 5

Diagram 3: Hvordan internettbrukere velger sitt netthandelssted

Hva hjelper deg til å bestemme hvilket nettsted du skal bruke når du hander på internett? Globalt gjennomsnitt



Base: Respondents who have made a purchase online in the past 3 months
Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

Consumer Confidence Survey Field dates 24/10/07 – 7/11/07 Page 23

**Diagram 4: Ti på topp - netthandelssteder – Desember 07
Unique Audience**

Rank	Retailer	Dec 07 Unique Audience	Dec 07 Active Reach
1	eBay	124,132,042	36.1%
2	Amazon	99,863,339	29.1%
3	Target	37,717,553	11.0%
4	Wal-Mart Stores	36,994,959	10.8%
5	Best Buy	24,089,267	7.0%
6	Circuit City	19,725,537	5.7%
7	Sears	17,651,868	5.1%
8	ToysRUs	17,610,395	5.1%
9	Overstock.com	17,192,765	5.0%
10	JCPenney	16,331,132	4.8%

Kilde: Nielsen Online, Desember 2007

**Diagram 5: Ti på topp netthandelsteder for Klær/Skjønnhet – Desember 07
Unique Audience**

Rank	Apparel/Beauty Retailer	Dec 07 Unique Audience	Dec 07 Active Reach
1	eBay Clothing Shoes & Accessories	22,865,384	6.7%
2	eBay Jewelry and Watches	8,561,389	2.5%
3	L.L. Bean	5,886,068	1.7%
4	Victoria's Secret	5,789,312	1.7%
5	Zappos.com	5,747,256	1.7%
6	Lands End	5,696,973	1.7%
7	Old Navy	5,182,397	1.5%
8	Sephora	5,179,496	1.5%
9	AVON	4,779,203	1.4%
10	eBay Health & Beauty	4,336,616	1.3%

Kilde: Nielsen Online, Desember 2007

Om Niensens globale internettundersøkelse

Niensens globale internettundersøkelse er den største halvårige undersøkelse av sitt slag. Den har til hensikt å måle rådende fortrolighetsnivåer, forbruksvaner /-intensjoner og forbrukernes gjeldende bekymring globalt. Den siste undersøkelsen, som ble foretatt fra oktober til november 2007, samlet 26.312 internettbrukere i 48 land fra Europa, Asia/Stillehavsområdet, Nord-Amerika og Midt-Østen. Undersøkelser er representative for alle internettbrukere fra 15 år og oppover.



Om Nielsen Consumer Research

Nielsen Consumer Research opererer i over 100 land og forsyner kundene med markedsanalyser, analytisk og konsultativ service som inkluderer måling av forbrukeratferd og kjøpsvaner, segmentering, merkeverdi, pris- og forpakkingsundersøkelser, forbrukertilfredshet & lojalitet samt andre markedsundersøkelser

Om The Nielsen Company

The Nielsen Company er et verdensomspennende informasjons- og mediaselskap med ledende markedsposisjon innen markedsinformasjon (ACNielsen), mediainformasjon (Nielsen Media Research), web analyser (NetRatings og BuzzMetrics), Nielsen Mobile, messer, utstillinger og fagblader (Billboard, The Holywood Reporter, Adweek). Selskapet er privateid og er representert i mer enn 100 land. Hovedkontorene ligger i Haarlem, Nederland og New York, USA. For ytterligere informasjon: www.nielsen.com.

###