

# Byggevarehandelen - late bloomer på netthandel

Frokostmøte - Byggevareindustrien 28.10  
Johanne Kjuus, fagsjef handel

# Virke – med handel i fokus!

**gina**tricot



KappAhl



**Cubus**



NorgesGruppen

# VIRKE eHANDEL



**MAX**



**CARLINGS**

**BIKBOK**



**IKEA**<sup>®</sup>

**H&M**

**clas  
ohlson**

**Cubus**



**BØLGEN & MOI BAR & BRASSERIE**



# Virke – med eHandel i fokus!

Julemøte Virke eHandel  
17.11 kl. 1500



**Virke e-Handel**  
Gerhard Anthun orienter om kommende medlemsmøter, nye konsepter og prioriterte oppgaver i 2016.



**Ny postlov trer i kraft 1. januar 2016**

- Hva innebærer dette for netthandelen?  
Seniorrådgiver Cathrine Grimseid i NKOM (Nasjonal kommunikasjonsmyndighet) redegjør for bakgrunn, målsettinger og antatte praktiske konsekvenser ved innføring av loven.  
Nett- og posttjenestene måler stadig nye utfordringer. Denne gangen skal vi belyse tre aktuelle saksområder av særlig interesse for alle som er opptatt av bransjens fremtidige rammebetingelser.

Om 350-kronersgrensen  
Selv om regjeringen kan hevde at den nye fribeleggs grensen ikke har hatt innvirkning på norsk netthandel, så er både Virke og flere samarbeidene



**Konsekvenser av den nye postloven**

Hege Stenmarck, adm.dir. i Norpost, presenterer selskapets postprodukter og tjenester gjeldene fra 2016.



**Ad-blocks**

er kundenes måte å si i fra at de er lei irrelevant markedsføring. Dagens digitale kunder er erfarne og supersmart. De bombarderes av budskap i alle kanaler. Anne Murstad, eCommerce director Creuna AS, hevder at vinnerne er blant



## Virkes eHandelsbarometer

Publisert: 16.09.2013 14:24

I Virkes eHandelsbarometer måler vi forbruket på e-handel ved å følge 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,

## HANDELSRAPPORTEN 2015



*Den nye normalen for Norge  
er en æra med lav økonomisk vekst*

*Jan L. Andersen, Eika*

# Ikke krise, men justering – og omstilling

## Spår flere år med oljebremser

Oljebremsen vil bite seg fast i norsk økonomi lenge, ifølge forsk rapport.



## – Folk med oljeutdanning får jobb

Nedgangen i oljeindustrien fører til stadig flere arbeidsledige i Rogaland. Likevel oppfordrer Thina Hagen i Norsk olje og gass de unge å ta en utdanning rettet inn mot næringen.



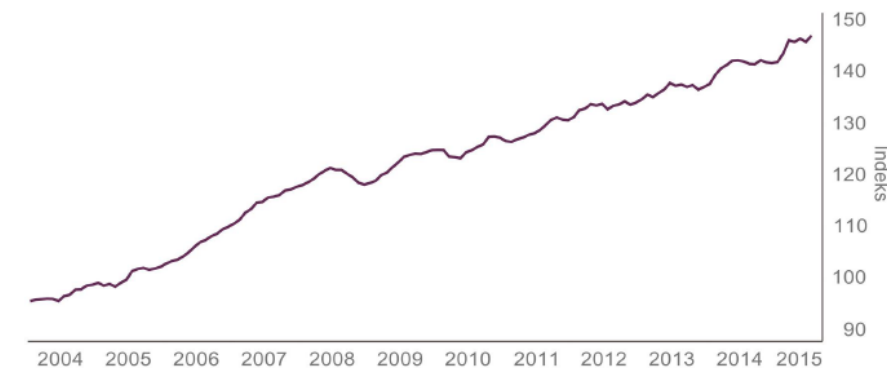
- Mange «oljerelaterte» som mister jobben blir neppe «navere»
- Øvrig eksport nyter trolig godt både av økt markedsvekst og svak krone
- Lave renter
- Svak reallønnsvekst trekker forbruksveksten ned
- Men ingen krise slik det ser ut nå

# Vi shopper fortsatt!

- Høy sparerate over flere år gir robusthet, boligmarkedet virket positivt for forbruket (bare det ikke tar helt av og det er fortsatt reallønnsvekst...
- MEN: Regionale forskjeller, og det tar tid før ringvirkninger av «oljekrisa» sprer seg...

## Detaljomsætning eksklusive motorkjøretøyer og bensin

Sesongjustert, 3 mnd glidende gjennomsnitt

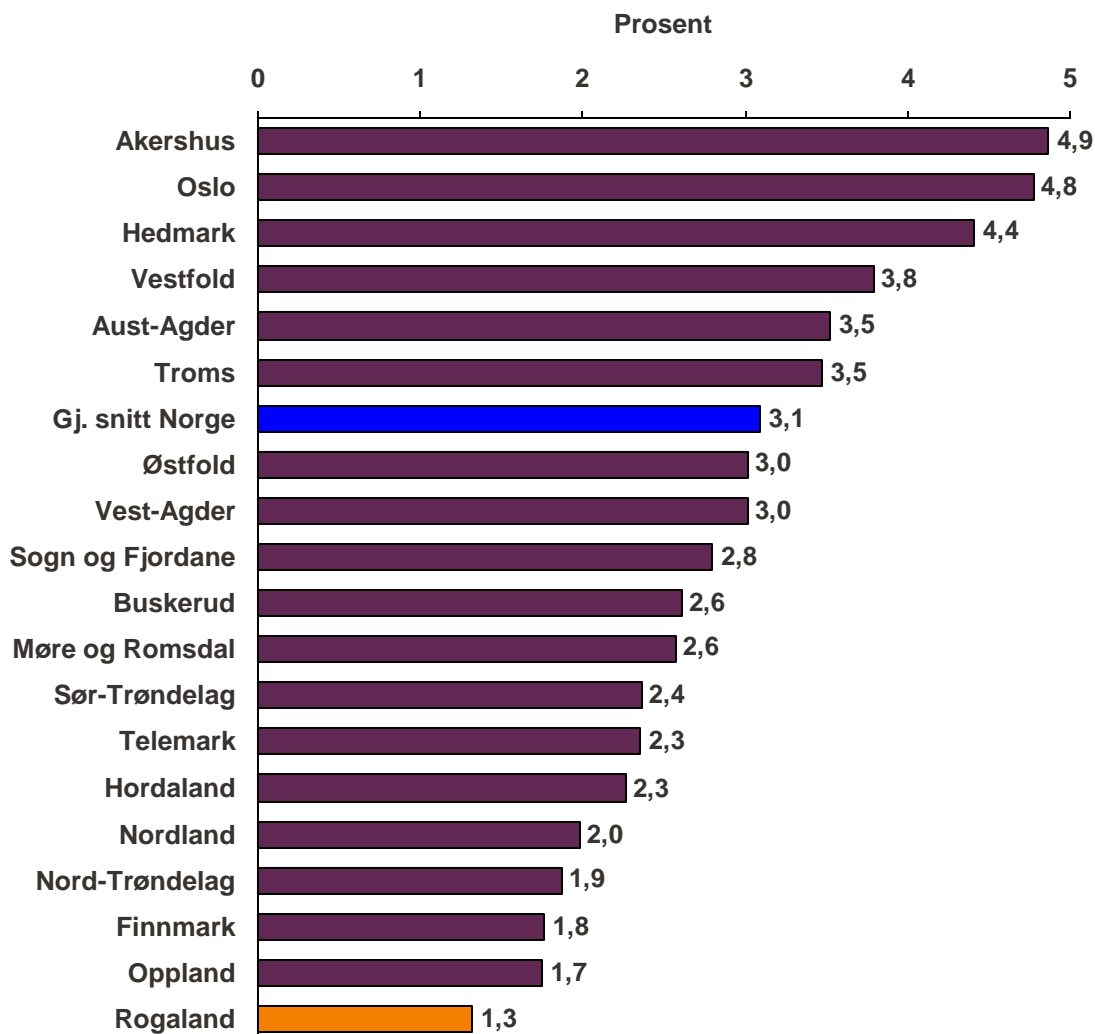


— Norway, Domestic Trade, Retail Trade, Total, except of Motor Vehicles & Motorcycles, Calendar adjusted, Current Prices, Index (sa. \*, c.m.a. 3 obs)

Kilde: Makrobond



# 3. termin i 2015: vekst i alle fylker



Vekst i alle fylker per 3 termin (1 halvår)



Sterkest vekst i Akershus med 4,9%



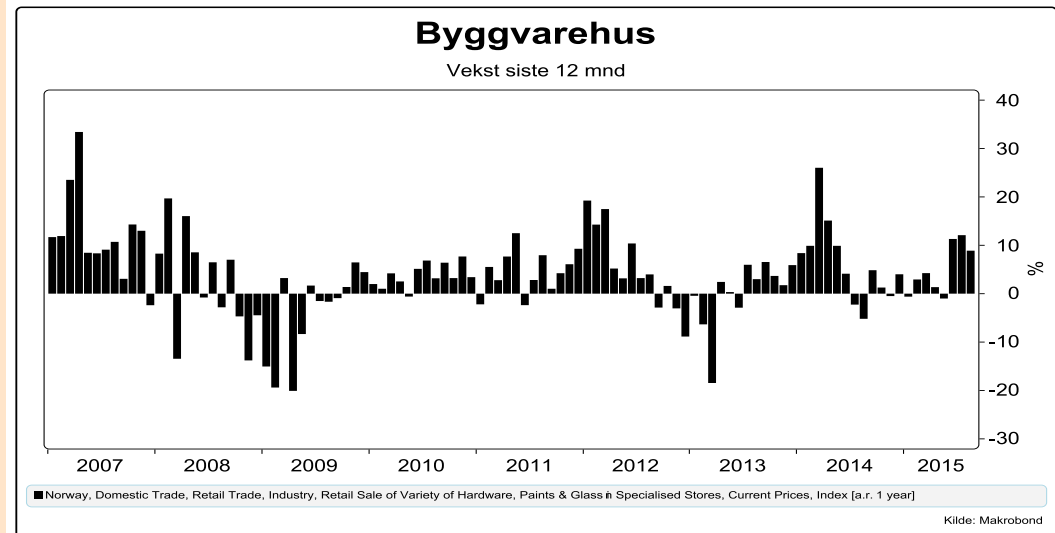
Rogaland har den laveste fylkesvise veksten i Norge per 3. termin

# Snart i mål – med et godt år for byggevarehandelen

- Startet året klart bedre enn ventet, sett i lys av gode tall også i 2014
- Sterk satsing fra Coop og Byggmakker
- Vestlandet merker «oljebremesen» – dog fra høye nivåer og foreløpig moderate utslag

Vekst på 5,7 prosent i byggevarehandelens omsetning per august 2015.

Kilde: Virkes byggevarestatistikk.





# Noe svakere vekst fremover?

- Vi tror Vestlandet vil trekke vekstratene noe ned samlet sett
- Fortsatt gode nivåer

	Mrd kroner ekskl. moms	Anslag Verdivekst, %	Prognose Verdivekst i %
Bransje	2014	2015	2016
Byggvarehus	23	5	3
Detalj i alt	403	4	4

*«Det er fremdeles stor aktivitet i det norske boligmarkedet. Det er godt med boliger til salgs, men de går raskt unna de aller fleste steder. Kun en gang i historien er det registrert flere salg i september måned enn i år, og det var i fjor».*

Terje Halvorsen, DNB Eiendom, 5.okt.2015

# I usikre tider endrer vi kjøpsadferd



## I usikre tider...

- Blir det større fokus på verdi for pengene / egne merkevarer. Og med det øker også netthandelen.
- Sunn fornuft og det sikre valg hersker i (nesten) alle kjøpsbeslutninger: En dag shopper vi i billig butikker, en annen dag i luksusbutikker.
- Tidens helt er familiemennesket og den lokale kjøpmann.
- Mindre fokus på luksusvarer, spise ute, vise seg frem.
- Fra cupcakes og kaffe latte til mormors eplekake og filterkaffe.

# Kriser for aktører til å tenke nytt!

Hvem er din  *neste* konkurrent?

Amazon:

- ...klatrer fra 9. plass (2013) til 2. plass i 2018 (rett etter Walmart) som den største retaileren i USA.
- ...hadde en vekstrate på 30 % 2008-2013 på det internasjonale markedet....
- ...vinner fordi de konverterer shoppere til lojale kunder



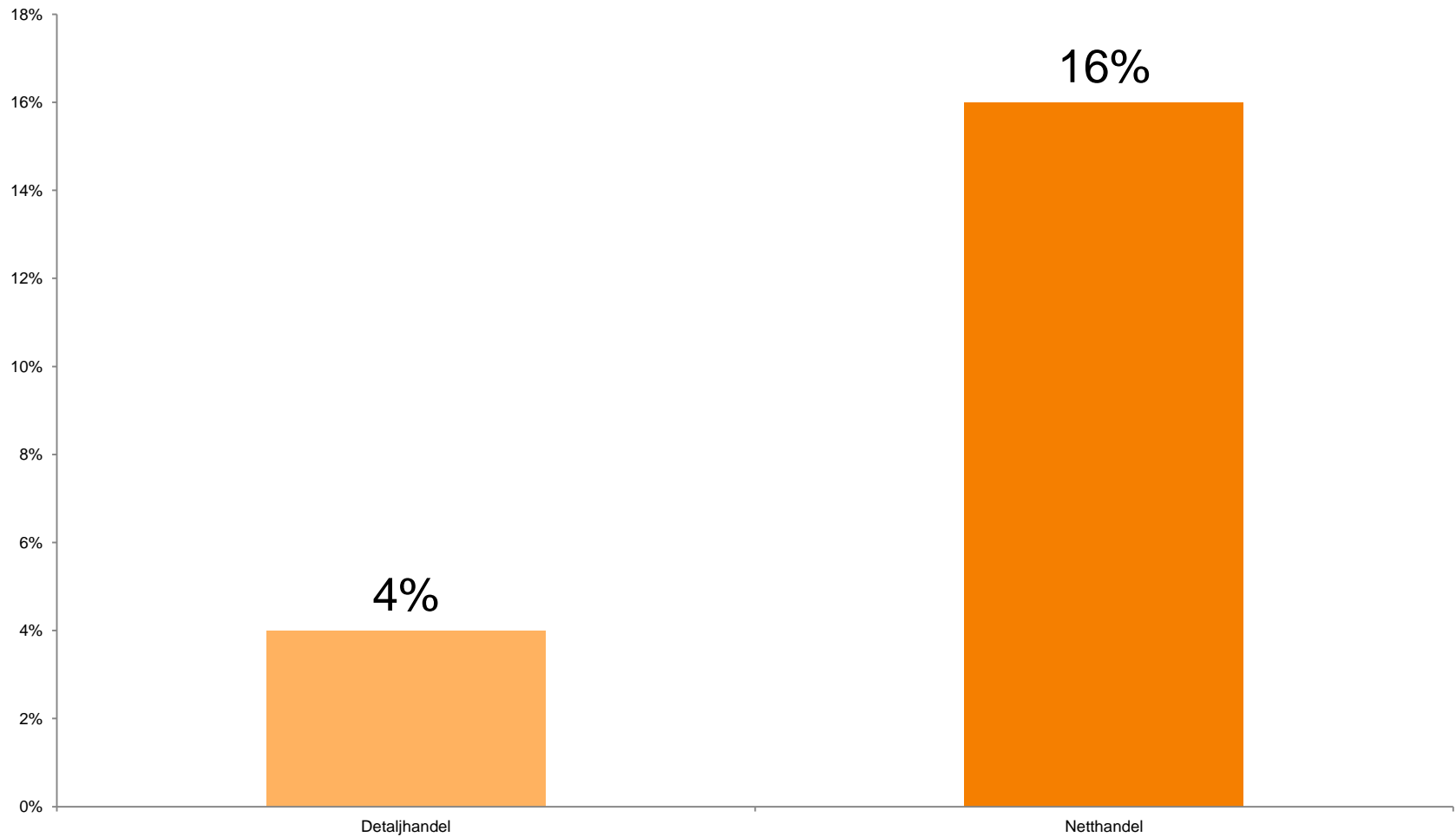
Amazon's Jeff Bezos: The ultimate disrupter



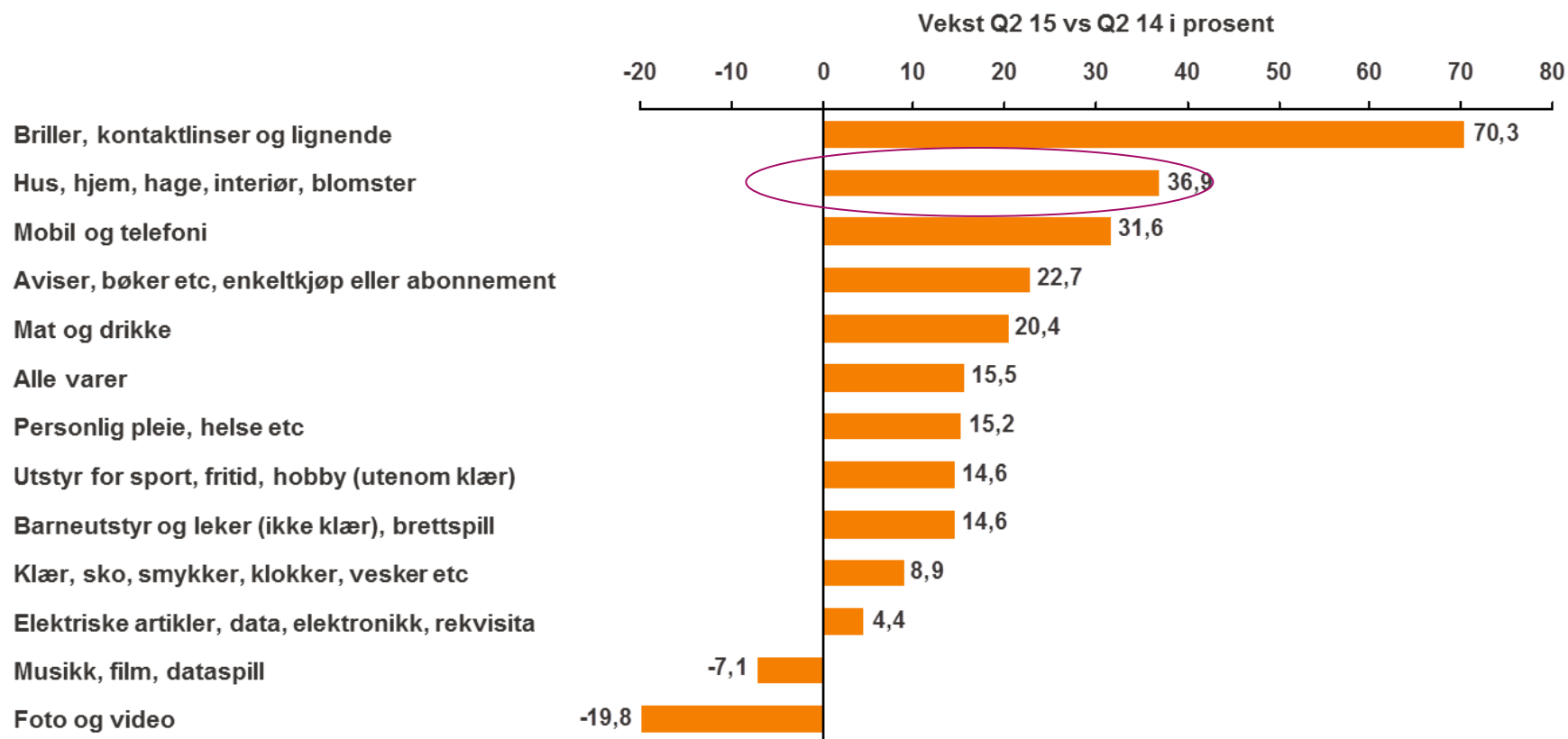
*Det der netthandel går  
nok snart over igjen...*

Ikke-navngitt butikkeier i en større dansk kjede

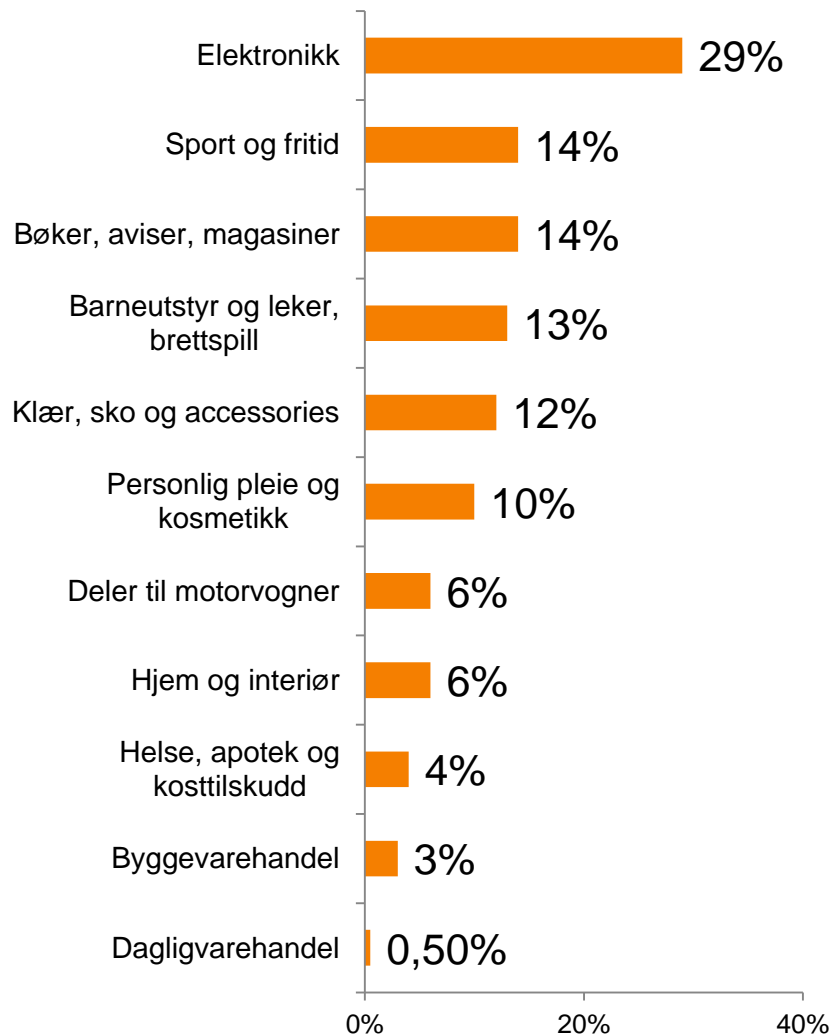
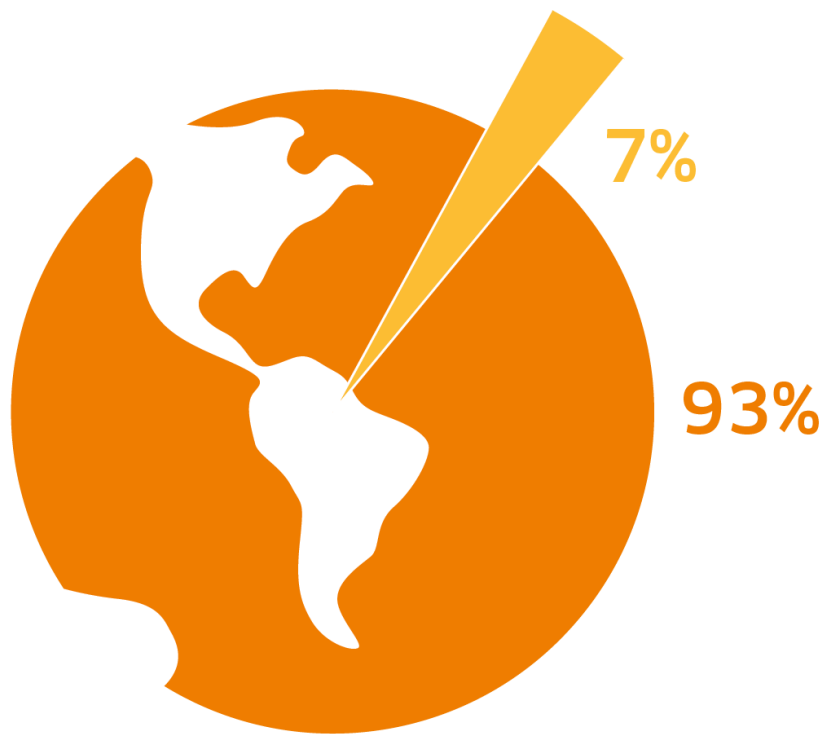
# Netthandelen vokser minst fire ganger så raskt!



# Det er vekst i nesten alle varekategoriene



# En økende andel av handelen flyttes på nett



Kilde: PA Consulting

# Elektronikk: «oldis» på nett...

Philips 273V5LHSB 27" LED...  
PH273V5LHSB



Førpris 2195  
På nettlager (25+)  
★★★★★  
 Sammenlign

< 1 495

- Full HD 1920 x 1080 oppløsning
- 5 ms responstid
- HDMI- og VGA (D-Sub)-porter

Kampanjen varer t.o.m. lørdag  
24.10

Acer Aspire ES1-512 15.6" b...  
ACNXMRWED052

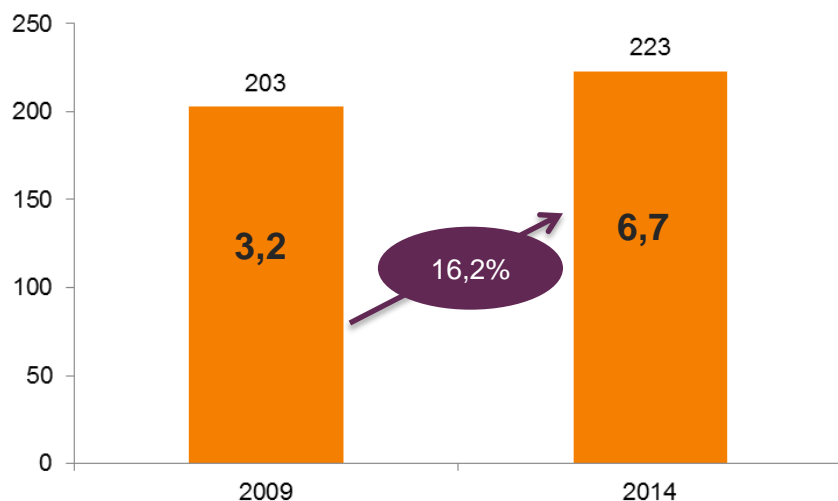


Førpris 3295  
På nettlager (5+)  
 Sammenlign

2 295

- Intel Celeron N2840
- 4 GB minne
- 500 GB harddisk

Kampanjen varer t.o.m. lørdag  
24.10

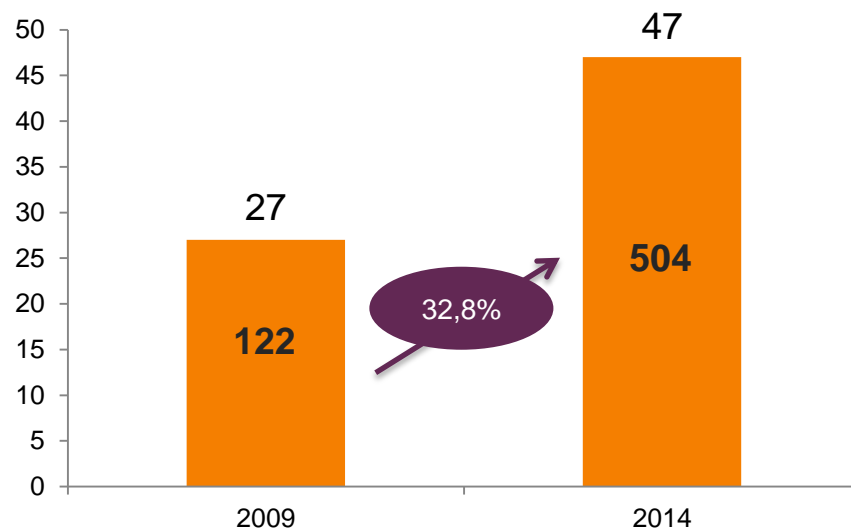


## Data, hjemmeelektronikk og hvitevarer

- Ca.29 prosent av omsetningen på nett
- Norske aktører dominerer netthandelen
- Vi går i butikk når vi trenger veiledning/gode råd:
  - ✓ 93 prosent v/ kjøp av hvitevarer
  - ✓ 76 prosent v/ kjøp av lyd- og bildeprodukter
  - ✓ 61 prosent v/ kjøp av pc/mac, nettbrett etc.
- Kun 4 prosent showrommer



# Kosmetikk: Enkelt å kjøpe – i hvert fall 2. gang...



## Kosmetikk, hår- og hudprodukter

- 10 prosent av kosmetikkomsætningen via nett
  - ✓ Gjennomsnittskjøp på nett: 360 kr
  - ✓ Kvinner står for 80 prosent av nettomsetning
  - ✓ Utenlandske nettbutikker står for 22 prosent av nettomsetningen og 31 prosent av antall kjøp
- 65 prosent foretrekker fysisk butikk, 17 prosent netthandel

# Dagligvarer: mye ståhei for ingenting?

## Spar tid og lag god, sunn og variert mat

Bestill min matkasse i dag!

Ingen bindingstid!



Best levert, rett på døren

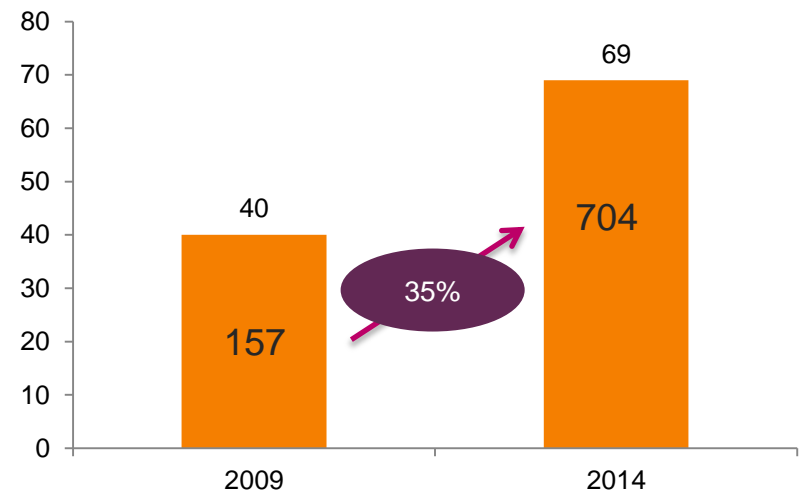
- Inspirerende smakkombinasjoner, flotte råvarer og tidsbesparende

VG (11.mai 2014)



*Norske matkjeder har sovet i timen. Kjedenes ledes av en gjeng gamle menn som nå kommer til å få seg en skikkelig vekker.*

Karl Munthe-Kaas  
daglig leder Kolonial.no

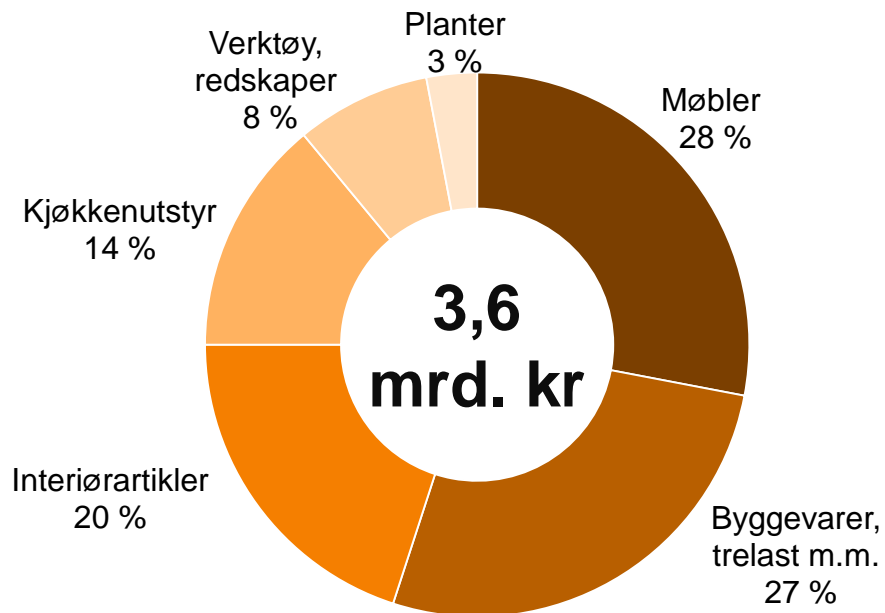


**VIRKE**

Næringslivets nest største hovedorganisasjon

# Byggevare: Late bloomer?

## Hus, hjem, hage



Nesten ingen bruker nettet til å handle byggevarer.

## Nesten ingen handler byggevarer på nett

Elektronisk handel med byggevarer i Norge utgjør i dag kun rundt 1-2 prosent av totalomsetningen til byggevarehandelen.

Frode Aga



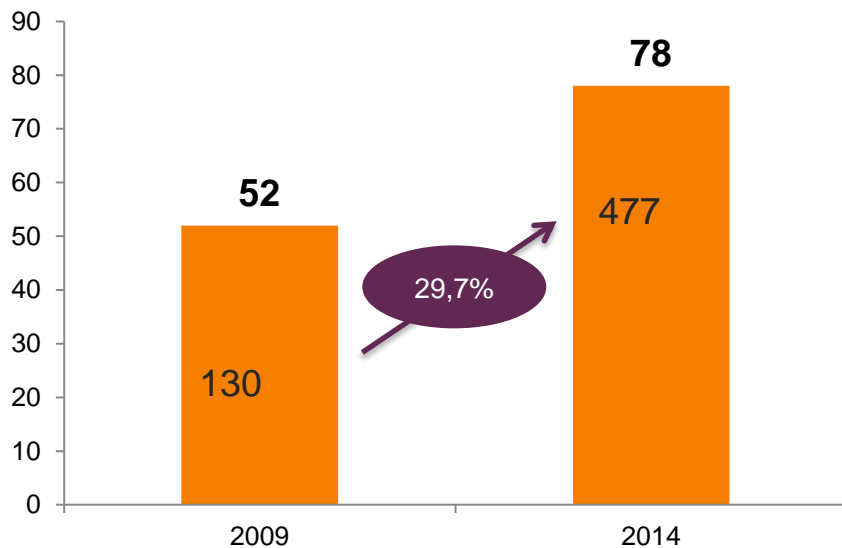
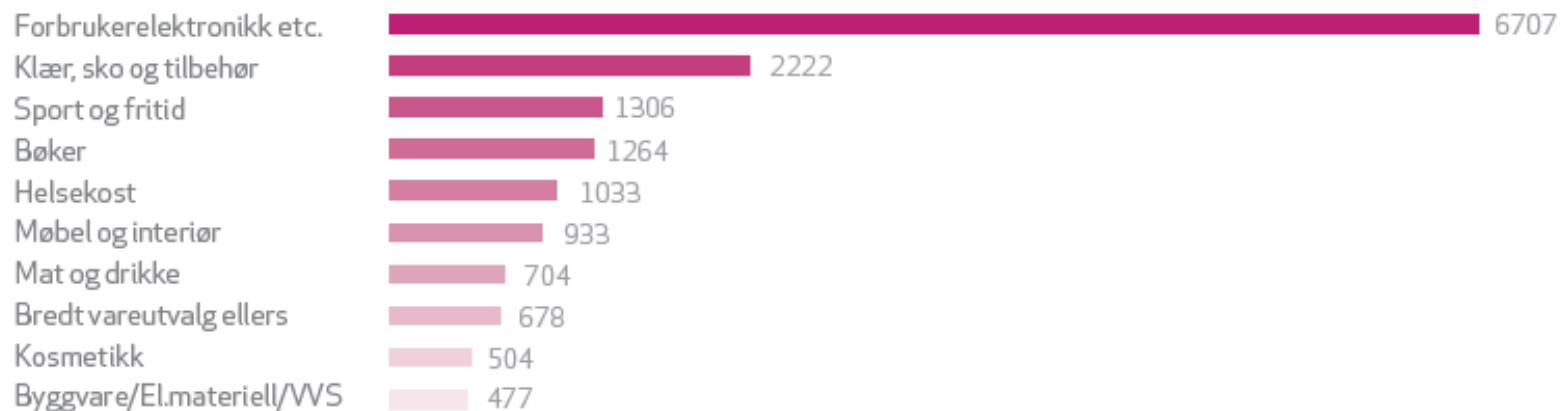
Publisert: 23.10.2015 15:31. Sist endret: 26.10.2015 08:59.

Det viser en kvalitativ undersøkelse rådgivingselskapet Cervo har gjort på vegne av Byggevareindustrien, Norsk Trevarer og



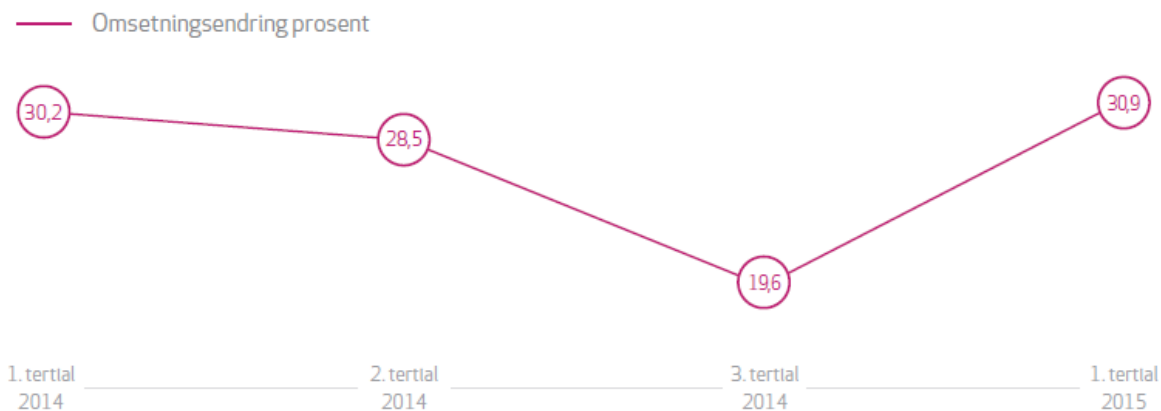
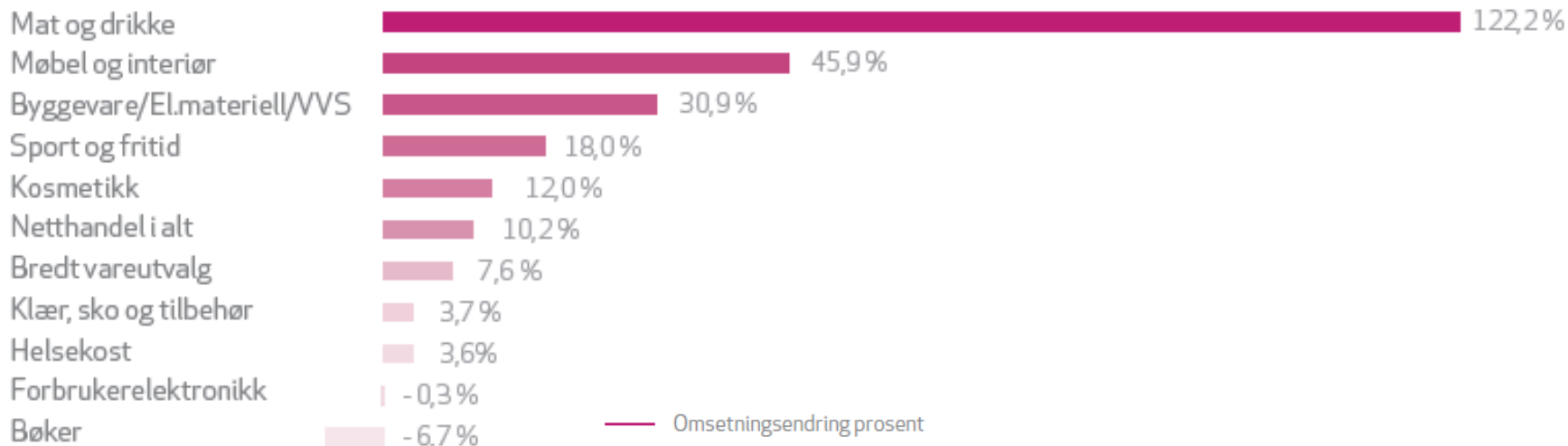
# Byggevare: Late bloomer?

Omsetning MNOK (ekskl. mva.)

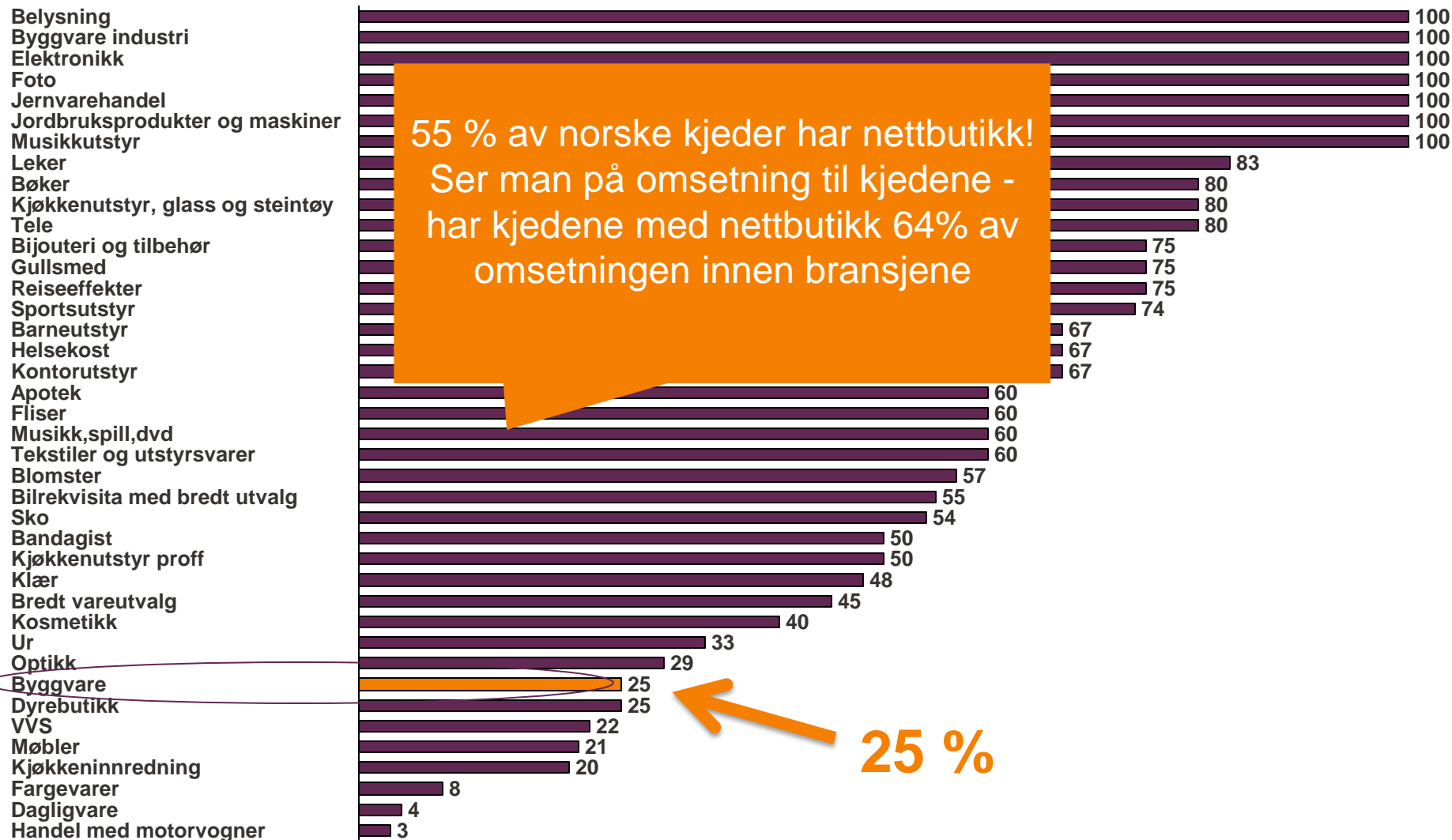


# Byggevare: Late bloomer?

*Vekst i prosent i første tertial 2015 mot samme periode i fjor*



# 1 av 4 byggevarekjeder har nettbutikk (ut til forbruker)



<sup>1</sup> Kilde: Virke/ULTIMA. Antall kjeder kartlagt er 390 innen 40 ulike bransjer

# Byggevare: Foreløpig lite, men det kommer!



NYHETER · UKENS NETTBUTIKK · UKENS PUREPLAYER

MAR  
17

## Bygghemma baner vei for byggevarehandel på nett

- Byggevare på nett til markedstilpassede priser, med hjemlevering
- Komplette sortiment for bad, hage, bygg, interiør, dører og vinduer (150.000 varelinjer).
- Målgruppe: hjemmefiksere som vil handle byggevare fra kjente leverandører via nett
- Kombinasjonen av netthandel og lokal logistikk av trelast og byggevare er viktig i samarbeidet



### Nå kan du handle på nett!



Duxa Bad Basic Lux  
massasjedusjkabinett

7499

Kjøp



Verisure SmartLock

479

Kjøp



Duxa bad Oseana  
massasjedusj

6299

Kjøp

**VIRKE**

Næringslivets nest største hovedorganisasjon

# «Alle» er på nett, kvinnen er innkjøpsjefen...

## Mann (30-39 år)

- Netthandler for fire ganger så mye som kvinner 60+ (16 800 kr), men har nesten likt antall kjøp (9 mot 7)
- Absolutt høyest snittkjøp (kr 1 870), med elektronikk på topp (43%), hus/hjem på 2. plass (16 %) – og ca. 11 % på hhv. klær og sport/hobby

*Kvinner vil ha opplevelser, menn vil ha det overstått...*



## Kvinner bestemmer over ting i boligen...

- Kvinner står for ½ parten av innkjøpene til hus, hjem og hage – men bare 15 % av innkjøpene av byggevarer/verktøy.
- Kvinnen *mener* det er de som bestemmer hvilke boligting som skal kjøpes til hjemmet.



Veien til kjøp er i endring

# Digitaliseringen har endret våre handlevaner

E-handel andel av varehandel i verden



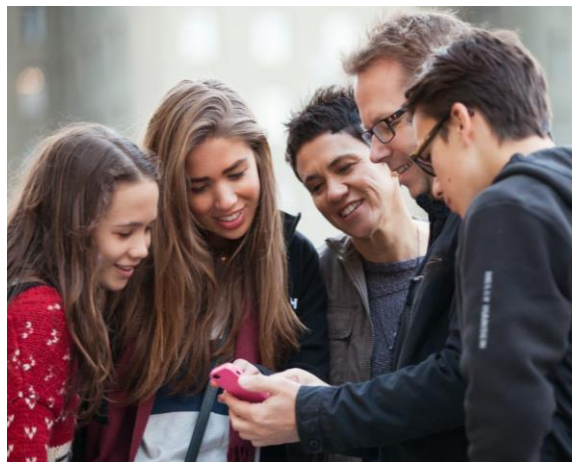
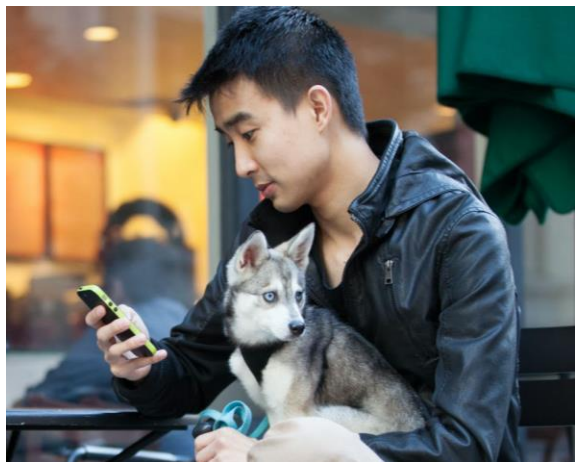
50%

A graphic showing a globe split vertically into two halves. The left half is light blue and the right half is dark blue with white clouds, representing the 50% statistic.

Av handel i verden er påvirket av digital aktivitet.

# Ikke off- eller online, men “live”

Tid brukt online har økt med 100 % på grunn av mobilen...



**80 %**

av alle forbrukere eier i dag en smarttelefon

**49 %**

bruker mobilen til å finne informasjon om  
varene når de står i butikken

**25 %**

foretrekker å orientere seg om  
produkter via mobilen framfor ekspeditør.

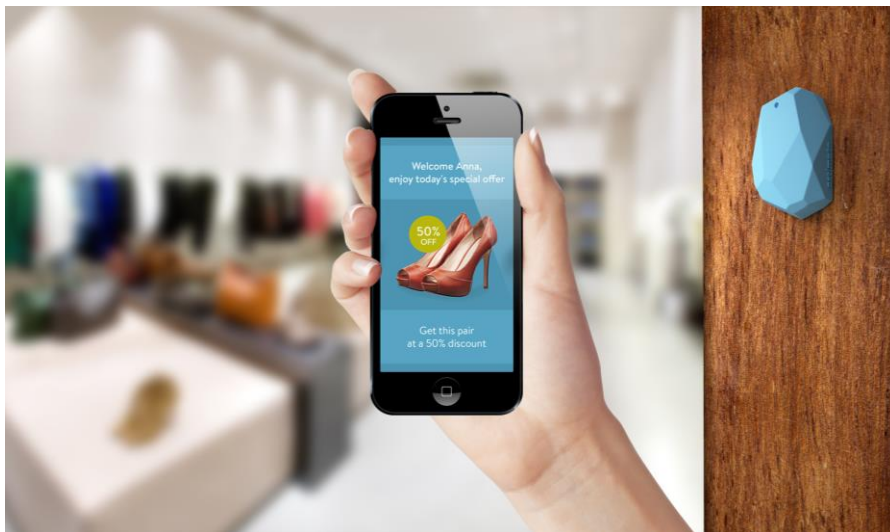
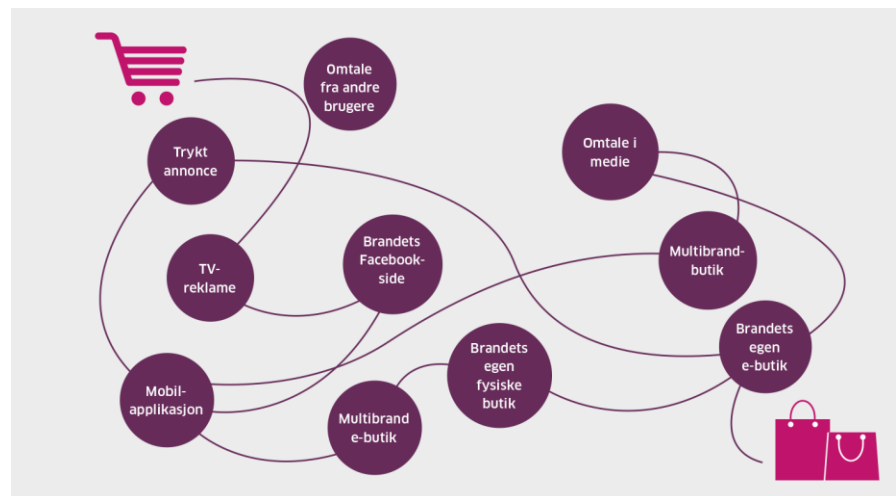
**6 %**

av kjøpene gjøres på mobil  
(13 % på nettbrett)

# Nye veier til kjøp

## På-tvers-kunden

- De fleste kjøpsbeslutninger involverer bruk av internett.
- Flere og flere finner inspirasjon i butikken og kjøper hjemme – men også omvendt!
- Vi bryr oss mindre om hvor vi handler, hvordan selve kjøpet skjer og hvor vi får varen
- Du ser online og offline, men kunden ser kun deg.



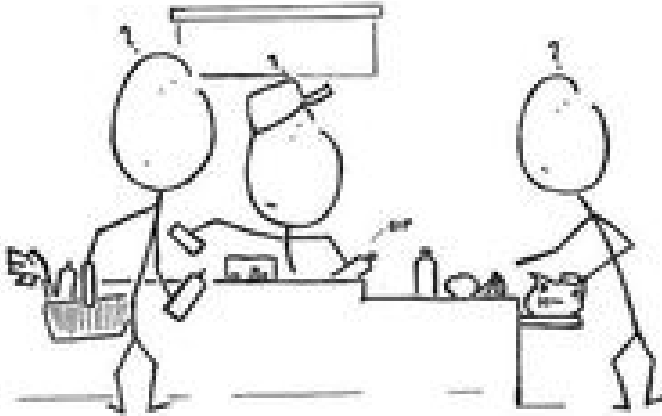
## Hva krever forbrukeren?

- Samme pris offline og online
- Levering av varer, både fra butikk og online-lager
- Sporing av ordrestatus
- Konsistent sortiment på tvers av kanaler
- Mulighet for retur av online-kjøp i butikk

# Hvor ønsker du å møte dine kunder?

## Kontaktpunkter

### Butikk



### Kunder



Internettside

Nettbutikk

Fysisk butikk

Beacons

SMS

E-post

Post

Kuponger

Sosiale medier

**Takk for meg!**

Johanne Kjuus, jk@virke.no

