



E-handeln växer under coronakrisen

- 78 % av svenskarna e-handlade under april
- E-handelsköpen ökade med 44 %
- Fler äldre e-handlar dagligvaror i coronatider
- Oron för landets ekonomi är utbredd

e-barometern

PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

APRIL

2020

» Om rapporten

PostNord följer i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research den svenska detaljhandels utveckling inom e-handeln.

Under coronakrisen släpps E-barometern en gång i månad, utöver de vanliga kvartalsrapporterna. Den här månadsrapporten bygger på två konsumentundersökningar som genomförts av Kantar Sifo på uppdrag av PostNord; dels den ordinarie månadsundersökningen för E-barometern, samt dels en löpande undersökning som PostNord initierat med anledning av den rådande coronasituationen. Den ordinarie undersökningen genomfördes i början av maj, med 1000 svar från personer som e-handlat under de senaste 30 dagarna. Den andra undersökningen genomfördes 6-12 maj, med svar från 559 personer.

E-handeln definieras i E-barometern som internetförsäljning av varor som levereras hem,

till ett utlämningsställe eller hämtas i butik, lager eller utlämningslokal av konsument.

Därmed definieras följande inte som e-handel i E-barometern:

- » Köp i butik som först har bokats via internet
- » Försäljning av tjänster (exempelvis resor, hotellvistelser och konsertbiljetter) som sker via internet
- » Nedladdningar av exempelvis musikfiler, filmer och applikationer
- » Internetförsäljning mellan företag
- » Internetförsäljning mellan privatpersoner

Undersökningarna är gjorda med ett riksrepresentativt urval av Sveriges befolkning i åldrarna 18 till 79 år. Webbundersökningarna är representativa för de 98 procent av Sveriges befolkning som har tillgång till internet.

Kontakta PostNord för detaljerad information.

E-handeln fortsätter växa i virusets skugga

E-handeln har aldrig tidigare under en enskild månad växt så mycket som den gjorde under april. Utifrån konsumenternas egna uppskattningar växte e-handeln med 44 % jämfört med samma månad ifjol. Andelen av befolkningen som e-handlade var 8 procentenheter högre än genomsnittet för 2019, hela 78 %. I den äldsta gruppen (65-79 år) var det 72 % som e-handlade, jämfört med 50 % i februari i år, innan coronakrisen hade slagit till. Det är ingen alltför djärv gissning att många av de här nytillkomna e-handelskonsumenterna kommer fortsätta att handla på nätet även efter att krisen har lagt sig.

Under 2019 stod e-handeln för ungefär 11 % av den totala handeln i Sverige. Just nu bedömer svenskarna att de gör ungefär 25 % av sina köp på nätet, i genomsnitt. Det är för tidigt att säga om den siffran är en god fingervisning om var e-handelsandelen kommer att landa för 2020 och det är för tidigt att göra nya prognoser för e-handels tillväxt för detta märkliga år. Men siffran som vi



presenterade i E-barometerns årsrapport för 2019, +11 % för 2020, kommer definitivt att behövas uppåt kraftigt. Hur kraftigt beror delvis på hur mycket den totala konsumtionen påverkas av krisen, vilket i sin tur beror på hur oron för coronaviruset förändras under de kommande månaderna. I skrivande stund meddelade SCB att detaljhandels försäljningsvolym minskade med 1,3 procent under april. Skulle den totala handeln minska med en eller ett par procent för helåret, samtidigt som e-handeln går från 10 till 15 procent, så skulle tillväxten för april kunna stå sig på helårsbasis. Men det är många faktorer som påverkar detta. En faktor är hur väl den fysiska handeln lyckas

ställa om för att tillgodose konsumenternas förändrade säkerhetsbehov när de handlar i butik.

37 % av svenskarna uppger att de kommer konsumera mindre under 2020 än de gjorde under 2019. Den i särklass vanligaste orsaken till det är att man spenderar mer tid i hemmet och därmed inte konsumerar på samma nivåer som tidigare (se sidan 11). Den näst vanligaste orsaken är att man kommer göra färre resor under året, vilket också leder till lägre konsumtion. Å andra sidan är det rimligt att tro att vi på grund av reserestrik-

tioner till utlandet kommer att göra fler resor inom landet, vilket skulle kunna ha en positiv effekt på konsumtionen här hemma.

De kommande månaderna presenterar vi siffror för e-handels utveckling varje månad. E-barometern kommer alltså att komma ut som månadsrapporter i tillägg till de sedvanliga kvartalsrapporterna. Vi följer både andelen som e-handlar, i snitt hur ofta man handlar, och för hur mycket. Vi tittar också på vilka som börjat e-handla varor som de tidigare inte köpt på nätet, och en rad andra intressanta frågor.

Arne Andersson
E-handelsrådgivare
på PostNord



Carl-Fredrik Teder
Detaljhandelsanalytiker
på PostNord

E-handeln växte med 44 %* i april

Sett till svenskarnas självuppskattade konsumtion så ökade e-handeln med **44 %** under april 2020. Detta kommer sig både av att det är betydligt fler som e-handlat (se nästa sida) och att det genomsnittliga beloppet har ökat kraftigt. Det finns en stark underliggande organisk tillväxt, som E-barometerns kvartalsrapporter de senaste åren dokumenterat. Men utöver den tillväxten har corona-krisen lett till en enorm tillväxt för e-handeln. Ingen enskild månad har någonsin tidigare visat på en lika hög tillväxt i E-barometerns historia.

	Kön		Åldersgrupp			
Total	Man	Kvinna	18-29	30-49	50-64	65-79
+ 44 %	+ 35 %	+ 56 %	+ 11 %	+ 34 %	+ 53 %	+ 154 %

Starkast var den procentuella tillväxten i den äldsta konsumentgruppen, med inte mindre än **154 %**. En del av förklaringarna till denna enorma ökning är att hela **19 %** av de äldsta konsumenterna börjat handla dagligvaror på nätet sedan coronapandemin slog till i Sverige. **15 %** av samma åldersgrupp har börjat köpa apoteksvaror på nätet (se sidan 10).

*Baserat på konsumenternas egna uppskattningar

Andelen som e-handlar har nått en ny nivå

Andelen av de svenska konsumenterna som e-handlar (senaste 30 dagarna) uppnådde under april månad en aldrig tidigare skådad nivå, hela **78 %.**

Betydligt fler kvinnor än män e-handlade under april, hela **82 %**. I allra högst utsträckning e-handlade kvinnor i åldern 30-49 år, inte mindre än **88 %**.

Detta är utan tvekan en effekt av den rådande coronakrisen. Synnerligen intressant blir att följa hur stor del av ökningen som består när livet så småningom börjar återgå till mer normala förhållanden.

Fler kvinnor än män e-handlade under april

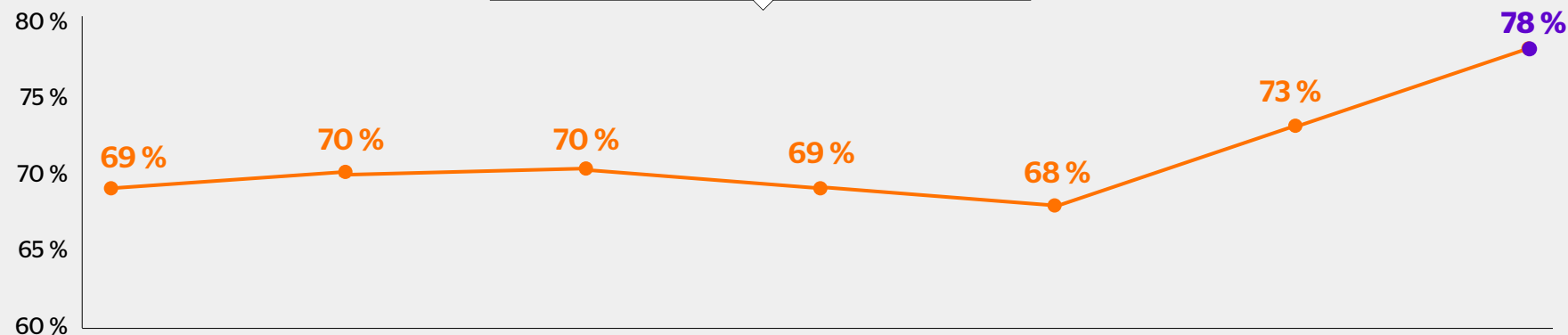


73 %



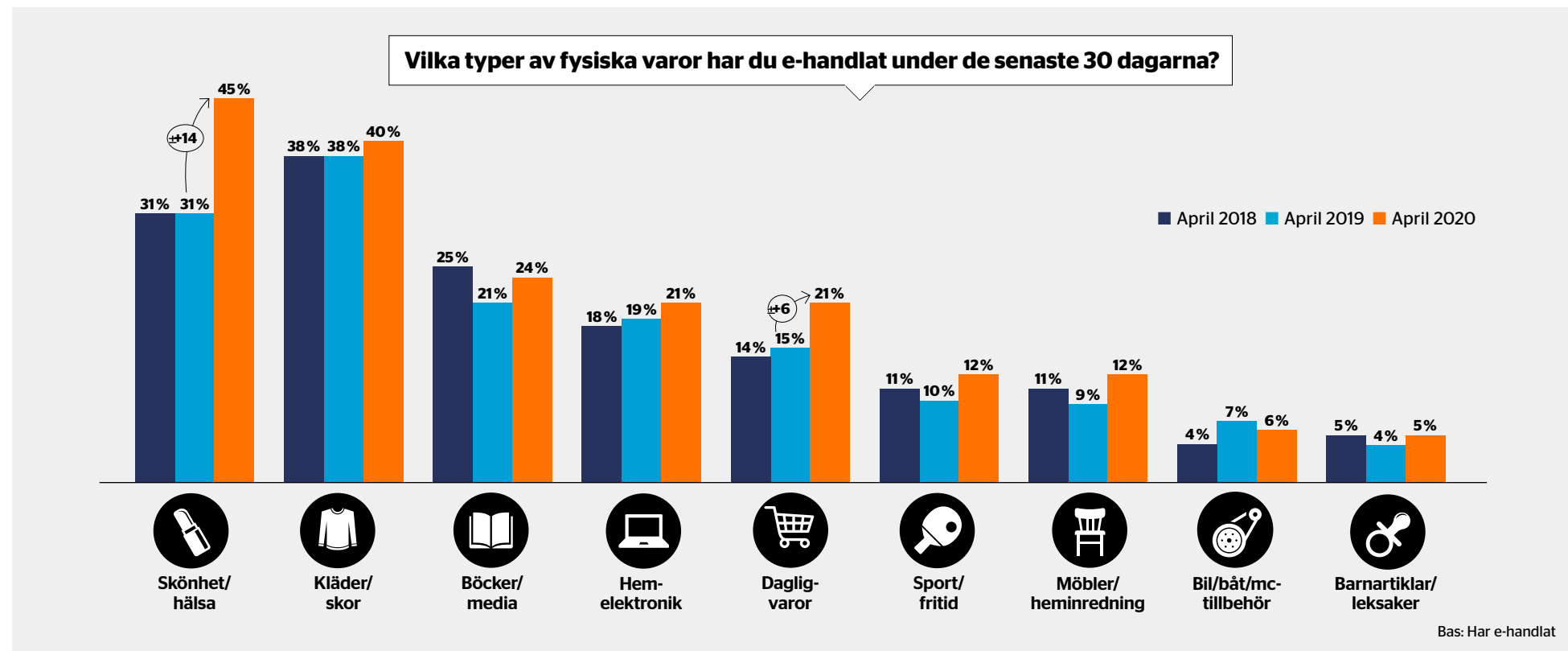
82 %

Så har andelen som e-handlar utvecklats



Fler handlar apoteksvaror och livsmedel

Vid en jämförelse av vad det är konsumenterna handlat på nätet under april, jämfört med tiden före corona, blir det tydligt att det är dagligvaror och apoteksvaror som ökat mest. Skönhet och hälsa (där apoteksvaror ingår) är nu den produktkategori som flest handlat från. Dagligvaror är det numera **21 %** som handlat på nätet (senaste 30 dagarna).

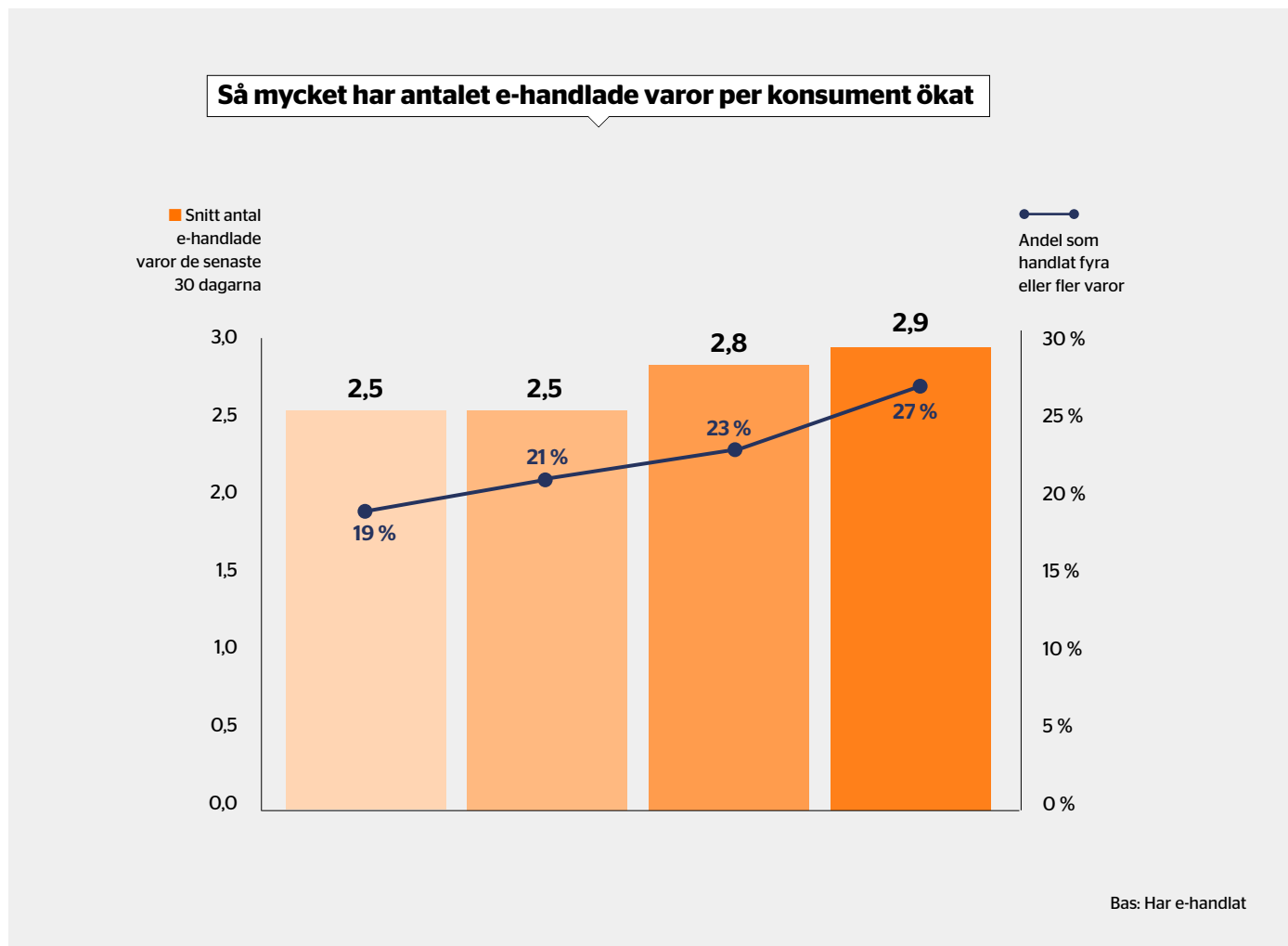


Även genomsnittligt antal försändelser har ökat

Även antalet e-handlade varor per konsument har ökat under coronamånaderna, från 2,5 i januari-februari, till 2,8 i mars och 2,9 i april.

Andelen av konsumenterna som e-handlat fyra eller fler varor under de senaste 30 dagarna har gått från **19 %** i januari till **27 %** i april.

Bland kvinnorna i åldersgruppen 30-49 så tillhör så många som **37 %** den här gruppen av högfrekventa e-handlare, under april.



E-handel via mobilen relativt opåverkad

Andelen e-handelskonsumenter som någon gång handlat direkt från mobiltelefonen verkar ligga på en jämn nivå runt **51%**, tämligen opåverkat av rådande coronakris. Den allmänna uppgången för e-handeln är i hög grad driven av att människor spenderar mer tid i hemmet. Men även om det är betydligt fler som e-handlat totalt sett så är det alltså inte en större andel som gjort det från mobiltelefonen.

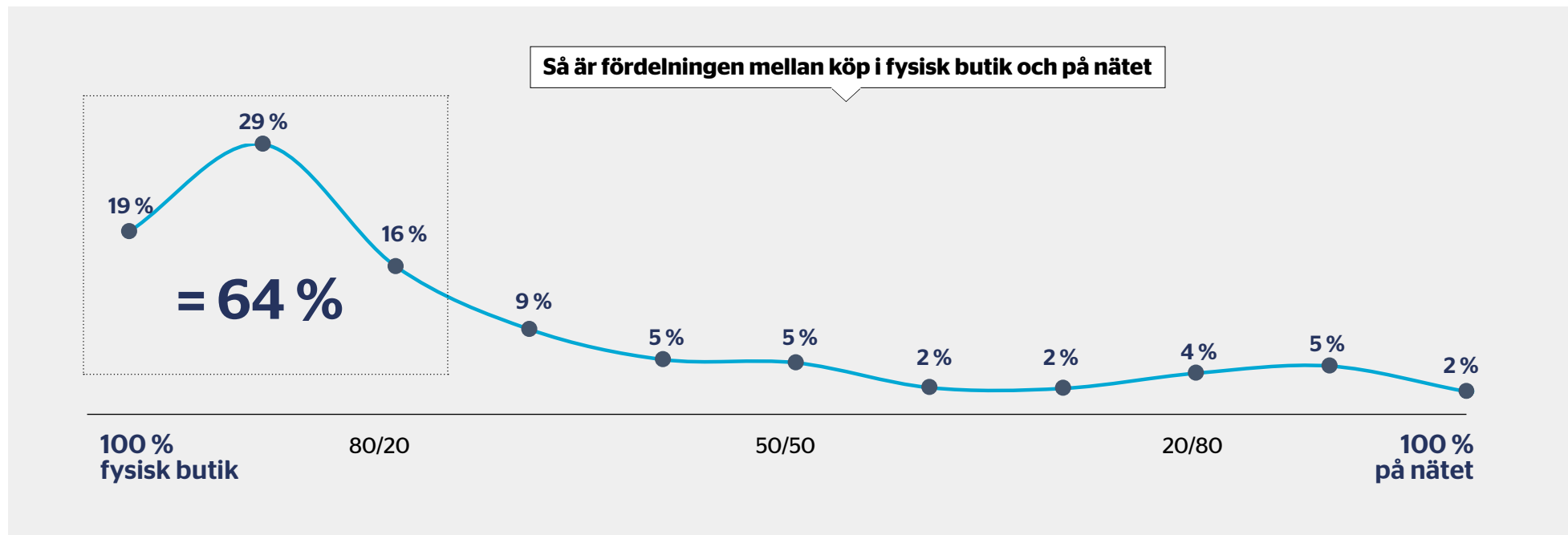
51%

... av e-handelskonsumenterna har någon gång handlat direkt från mobiltelefonen. Andelen tycks inte ha påverkats av coronakrisen.



Fördelningen mellan fysisk butik och e-handel

Vi började i slutet av april att ställa ett antal nya frågor till konsumenterna, som vi tidigare inte frågat om i E-barometern. Bland annat följer vi nu hur konsumenterna uppskattar att deras fördelning mellan konsumtion i butik och konsumtion på nätet ser ut. Perioden vi frågar efter är "från mitten av mars fram tills idag". Dessa siffror kommer vi nu att följa under coronakrisen för att få en bild av hur denna fördelning förändras.



Än så länge är det en klar majoritet av konsumenterna (**64 %**) som gör åtminstone **80 %** av sin totala konsumtion i fysisk butik. I genomsnitt indikerar siffrorna att **73 %** av konsumtionen sker i fysisk butik och **25 %** sker på nätet - en balans som blir väldigt intressant att följa under de kommande månaderna.













Fler äldre e-handlar dagligvaror i coronatider



19%

... av de äldre har börjat köpa dagligvaror på internet sedan coronapandemin började.

Har coronapandemin lett till att du köpt nya typer av produkter på internet?*

Delbranscher	Total	18-29 år	30-49 år	50-64 år	65-79 år
Hälsa (inkl apoteksvaror) 	12 %	12 %	11 %	12 %	15 %
Dagligvaror 	8 %	4 %	10 %	3 %	19 %
Kläder och skor 	8 %	8 %	9 %	6 %	11 %
Hemelektronik 	4 %	4 %	3 %	4 %	5 %
Barnartiklar och leksaker 	3 %	5 %	4 %	2 %	3 %
Sport och fritid 	3 %	2 %	5 %	3 %	1 %
Skönhet 	3 %	5 %	3 %	3 %	1 %
Böcker och media 	3 %	3 %	2 %	3 %	4 %
Byggvaror 	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %
Möbler och heminredning 	2 %	0 %	4 %	1 %	1 %
Fordon med tillbehör 	2 %	0 %	2 %	2 %	2 %
Nej, ingenting 	72 %	73 %	72 %	77 %	62 %

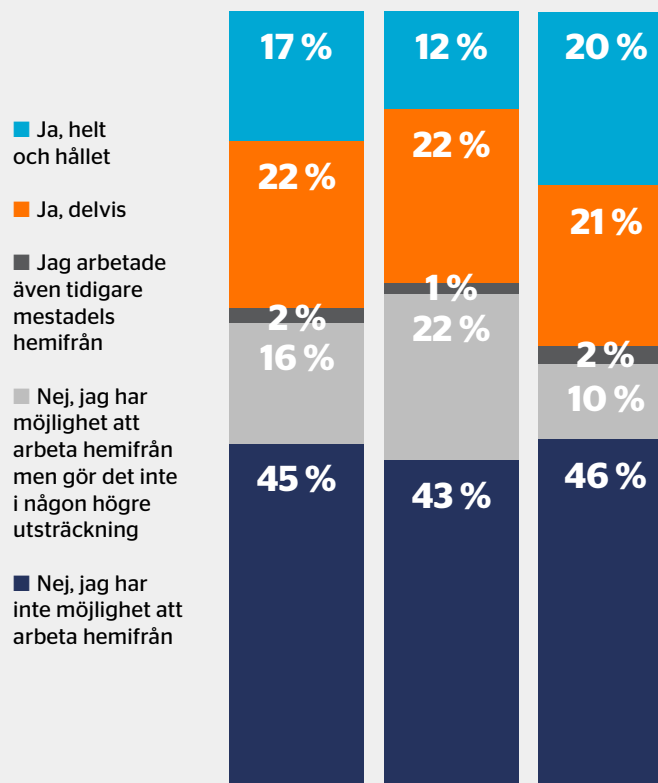
*Flera svar möjliga

Den ökade hemmatidens utbredning

För att kunna förstå de stora förändringarna i människors e-handelsvanor behövs en överblick över hur många det faktiskt är som spenderar mer tid hemma, såväl arbetstid som fritid.

När det kommer till arbetstid så finns det stora skillnader mellan könen. Kvinnor väljer i större utsträckning att gå till jobbet fast de har möjlighet att jobba hemifrån. Varför det är så har vi ingen ytterligare kunskap om. När det kommer till fritid så är de tvärtom kvinnorna som i något högre utsträckning spenderar mer av den i hemmet - **88 %** jämfört med **82 %** bland männen.

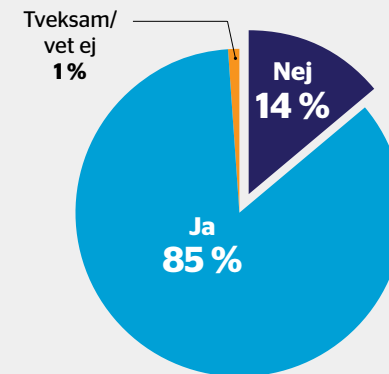
Har coronapandemin lett till att du arbetar hemifrån?



41 %

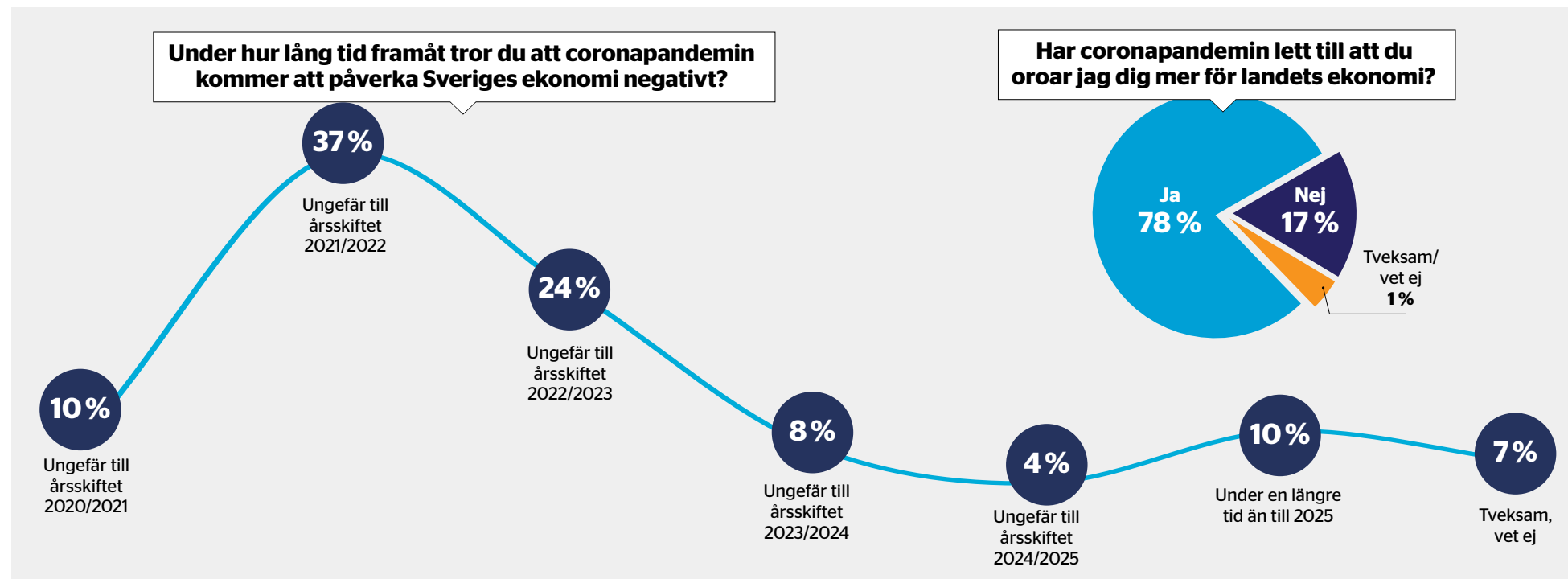
... av de tillfrågade jobbar helt eller delvis hemifrån under coronapandemin.

Har coronapandemin lett till att du har tillbringat en större del av din fritid hemmet?



Oron för landets ekonomi är utbredd

Oron för landet ekonomi är just nu väldigt utbredd i samhället. **78 %** av svenskarna bekymrar sig för landets ekonomi. Störst del av de som oroar sig (**27 %**) tror att ekonomin kommer förbli negativt påverkad (ungefär) fram till årsskiftet 2021/2022. Men en betydande andel (**24 %**) tror snarare att lågkonjunkturen kommer att fortsätta i ytterligare ett år. Drygt en femtedel (**22 %**) är ännu mer pessimistiska.



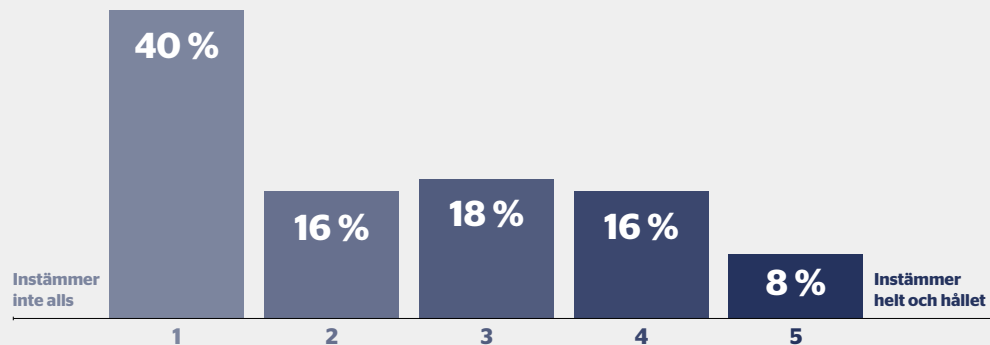
Bunkrandet har minskat, men finns kvar

Under den första tiden efter att coronaviruset hade gjort entré i Sverige, så rapporterades det om ett utbrett bunkringsbeteende bland konsumenterna. Primärt handlade det om förnödenheter såsom mat och hygienartiklar. Nu, när någon sorts nytt normalläge infunnit sig, så har beteendet dämpats ordentligen. Men det är fortfarande en stor del av befolkningen (**24 %**) som helt eller delvis instämmer i att de köper på sig mer av vissa varor. Idag har detta sannolikt mer att göra med att man inte vill handla så ofta, snarare än att man skulle vara rädd att varorna tar slut.

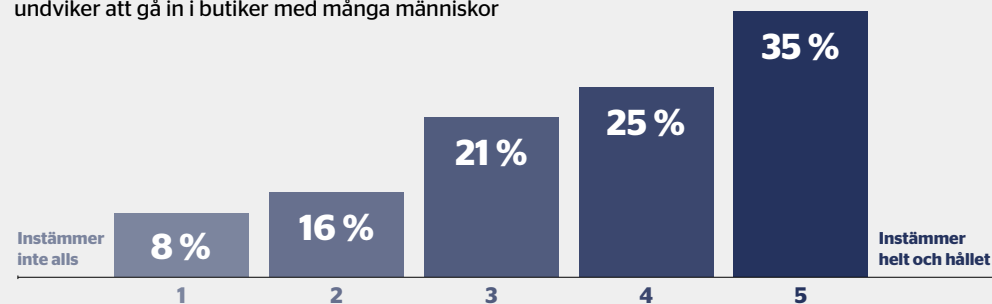
60 % har uppgett att de undviker att gå in i butiker med många människor. I den äldsta åldersgruppen är det hela **80%** som undviker butikerna.

I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden?

Coronapandemin har lett till att jag köper på mig mer av vissa varor, för att slippa handla lika ofta som jag annars gör eller för att jag tror att utbudet kan komma att försämrats (oavsett om det är i fysisk butik eller online).



Coronapandemin har lett till att jag i så hög utsträckning som möjligt undviker att gå in i butiker med många människor

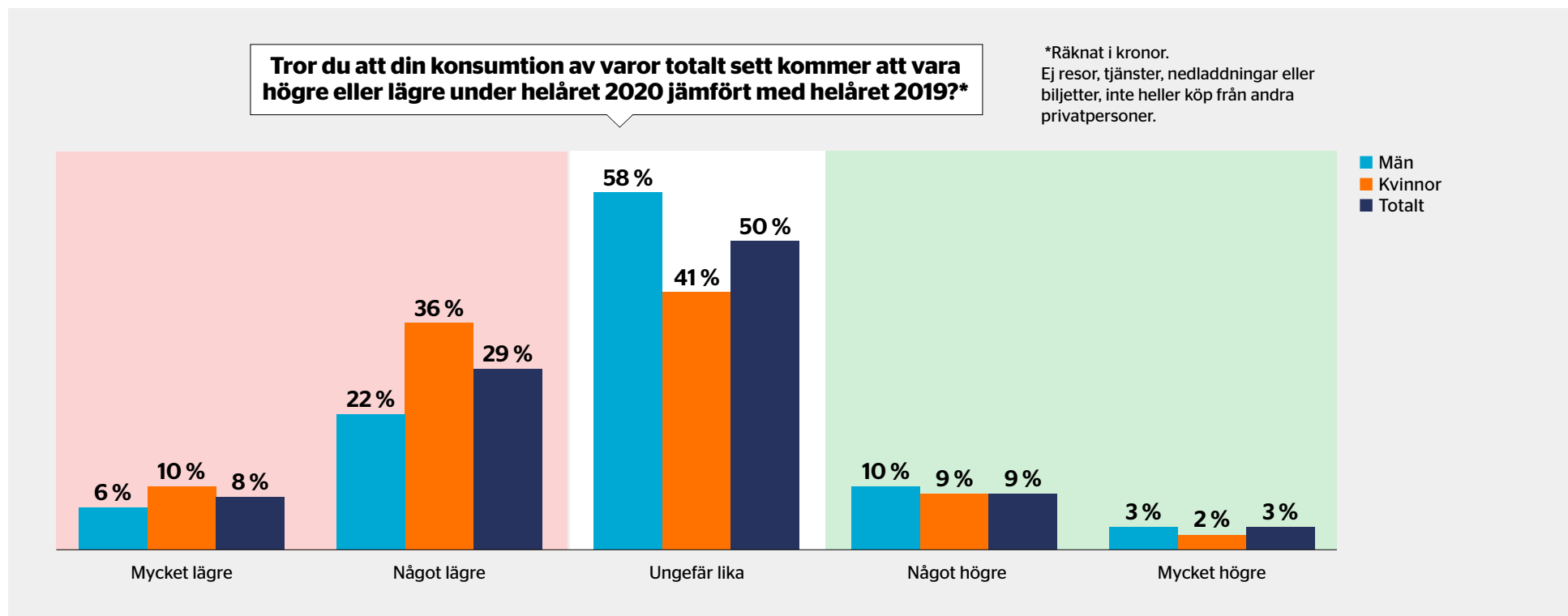


Total konsumtion minskar under 2020

Vi har även frågat konsumenterna om deras syn på total konsumtion under 2020 jämfört med under 2019, för att få en uppfattning om huruvida merparten av befolkningen bedömer att de kommer att konsumera mer eller mindre. Detta rör alltså den totala konsumtionen, oavsett om det är i fysisk butik eller på nätet.

Som grafen till höger visar är det **37 %** av konsumenterna som tror att de kommer konsumera mindre under 2020, medan **12 %** tror att de kommer konsumera mer. **50 %** tror på en oförändrad totalkonsumtion.

Kvinnorna tror i betydligt högre utsträckning än männen att de kommer konsumera mindre än förra året.



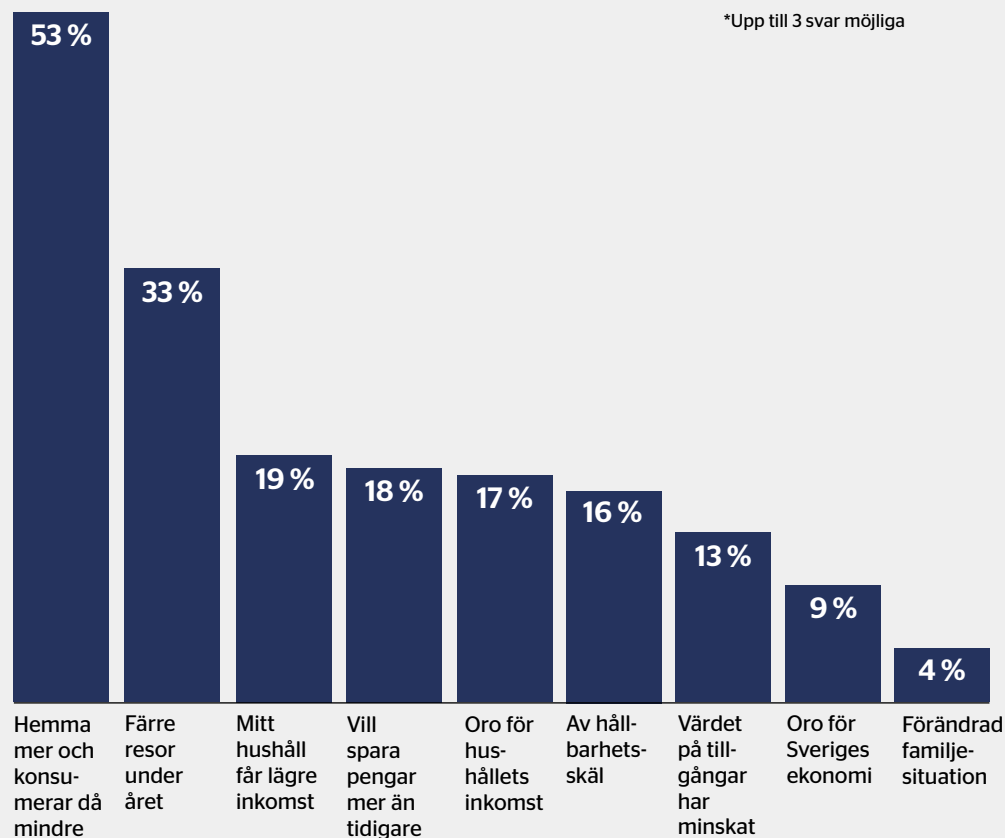
Främsta anledningarna till lägre konsumtion

De som uppgav att de kommer att konsumera mindre under 2020 fick även frågan om varför deras konsumtion kommer bli lägre. I topp kom, med stor marginal, att man "är eller förväntar sig vara hemma mer och konsumerar då mindre". Som näst viktigast kom "färre resor under året leder till lägre konsumtion".

Dessutom uppgav en femtedel (19 %) att "jag/mitt hushåll har fått eller kommer inom kort att få lägre inkomst".

Vilka är främsta anledningarna till att du tror att du kommer att konsumera mindre helåret 2020 jämfört med helåret 2019?*

*Upp till 3 svar möjliga



E-barometern ges ut av PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

postnord

Om PostNord

Vi levererar! PostNord är den ledande leverantören av kommunikations- och logistiklösningar till, från och inom Norden. Vi säkerställer postservicen till privatpersoner och företag i Sverige och Danmark. Genom vår expertis och ett starkt distributionsnät utvecklar vi förutsättningarna för morgondagens kommunikation, e-handel, distribution och logistik i Norden. 2018 hade koncernen cirka 30 000 anställda och en omsättning på 37,7 miljarder SEK. Moderbolaget är ett svenskt publikt bolag med koncernkontor i Solna. Besök oss på www.postnord.com

**SVENSK
DIGITAL
HANDEL**

Om Svensk Digital Handel

Svensk Digital Handel är intresseorganisationen för den digitala handeln i Sverige och verkar för att framtidssäkra medlemmarnas digitala verksamhet. Tillsammans med våra medlemmar gör vi det enklare att handla på nätet. Svensk Digital Handel äger e-handelscertifieringen Trygg e-handel och är en del av Svensk Handel.

hui.

Om HUI Research

HUI Research AB erbjuder, genom konsult- och forskningsverksamhet, kvalificerade beslutsunderlag och rådgivning inom handel, turism, konsumtion och samhällsekonomi till näringsliv och offentlig sektor. Företaget grundades 1968 och ägs av branschorganisationen Svensk Handel.

För frågor om E-barometern kontakta:

Arne Andersson, e-handelsexpert, PostNord, tel 0730-79 05 52, **Carl-Fredrik Teder**, detaljhandelsanalytiker, PostNord, tel. 076 697 46 44
Per Ljungberg, VD Svensk Digital Handel, tel 070-236 62 00 **Andreas Svensson**, senior konsult HUI Research, tel 070-510 77 37