

# Måttligare ökning av e-handeln

- 76 % av svenskarna e-handlade under juni
- E-handelsköpen ökade med 23 %
- Nästan dubbelt så många köpte mat på nätet i juni jämfört med i fjol
- 85 % handlar lika mycket eller mer på nätet
- Allt färre oroar sig för lågkonjunktur

e-barometern

PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

JUNI  
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 juli, med 1 356 svar från personer som e-handlat under de senaste 30 dagarna. Den andra undersökningen genomfördes under juni, med svar från totalt 1 086 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

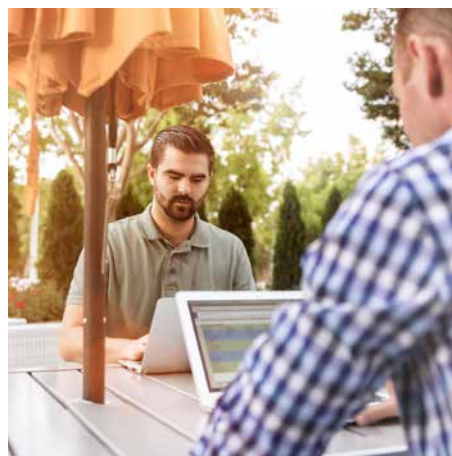
Undersökningarna är gjorda med ett riksrepresentativt urval av Sveriges befolkning i åldrarna 18 till 79 år. Webbundersökningarna är representativa för de 98 procent av Sveriges befolkning som har tillgång till internet.

**Kontakta PostNord** för detaljerad information.

# Blygsammare e-handelstillväxt i juni

**Juni i år** blev en av de varmaste någonsin och många av de hemma-jobbade svenskarna valde säkert bertsån eller balkongen som arbetsplats, framför köksbordet. Vi vet från de senaste månadernas undersökningar att mer tid spenderad hemma leder till mindre konsumtion för många och till mer konsumtion för andra, kanske beroende på hur van e-handelskonsument man är. Desto mindre vet vi om vilka effekter som ovanligt varmt väder får på e-handlandet, speciellt i pandemitider.

**Siffrorna från våra** konsumentundersökningar från juni visar fortfarande, precis som de senaste månaderna, att e-handeln växer. Men tillväxten ser ut att vara måttligare i juni än under april och maj, sett till konsumenternas egna uppskattningar av sina köp de senaste 30 dagarna. Delvis är skillnaden mindre



mellan andelen av befolkningen som e-handlat nu jämfört med ifjol, och dessutom är ökningen i pengar spenderade per konsument, på nätet, mindre. Möjligen har det haft en viss påverkan att vädret var bättre i år än ifjol. Man skulle också kunna föreställa sig att en del av förklaringen till lägre e-handelstillväxt ligger i att allt fler svenskar börjar återgå till ett mer normalt sätt att leva. Men faktum är att resultaten från undersökningen tyder på att oron för

viruset, och undvikandet av fysiska butiker, fortfarande är en stark tendens. 58 % svarade i juni att de undviker att gå in i fysiska butiker, jämfört med 60 % i maj.

**Vår slutsats är att** det fortsatt ser ljust ut för e-handeln i skuggan av coronakrisen, även om det tar emot att använda ordet ljust i dessa tider. Något av det mest intressanta i den här rapporten är tabellen på

sidan 10, där vi ser att 13 % av befolkningen har börjat köpa hälso-/apoteksvaror på nätet sedan utbrottet och att 11 % har börjat köpa dagligvaror på nätet. Av de 58 % som undviker fysiska butiker med många människor nu, säger 30 % att de tror att de kommer fortsätta med det även efter krisen. Det, och mycket annat, tyder på att stärkandet av e-handels position blir bestående.

**Arne Andersson**  
E-handelsrådgivare  
på PostNord



**Carl-Fredrik Teder**  
Detaljhandelsanalytiker  
på PostNord



# E-handeln växte med 23 %\* i juni

**Sett till svenskarnas självuppskattade** konsumtion så ökade e-handeln med **23 %** under juni 2020, jämfört med samma månad ifjol. Det är en betydligt lägre tillväxt än under tidigare coronamånader (44 % i april och 36 % i maj). Andelen som e-handlar har gått ned något jämfört med toppen i april (se nästa sida) och det självuppskattade snittbeloppet ökade "bara" med 14 % jämfört med juni 2019.

**En anmärkningsvärd skillnad** jämfört med maj är att den manliga gruppen står för en betydligt svagare tillväxt än kvinnorna, +7 % jämfört med +44 %. Det är alltså de kvinnliga konsumenterna som står för tillväxten i juni.

Total	Kön		Åldersgrupp			
	Man	Kvinna	18-29	30-49	50-64	65-79
<b>+ 23 %</b>	<b>+ 7 %</b>	<b>+ 44 %</b>	<b>+ 35 %</b>	<b>+ 11 %</b>	<b>+ 14 %</b>	<b>+ 68 %</b>

**I den äldsta åldersgruppen** är tillväxten alltså mycket kraftig med +68 % för juni månad.

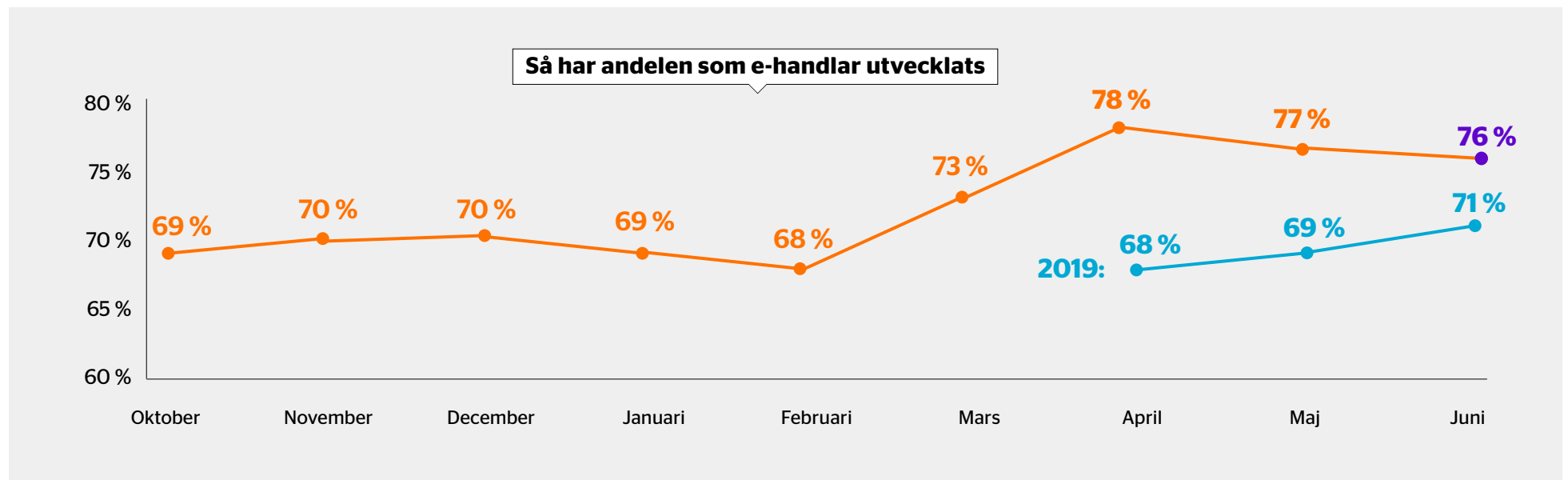
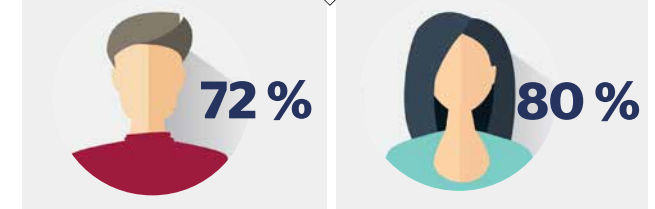
\*Baserat på konsumenternas egna uppskattningar

# Måttligare ökning i andelen som e-handlar

**Ökningen i andelen** som e-handlat de senaste 30 dagarna var betydligt mindre i juni än i maj (jämfört med motsvarande månad 2019). I maj var e-handelsandelen 77 % (mot 69 % 2019) och i juni var den 76 % (mot 71 % 2019).

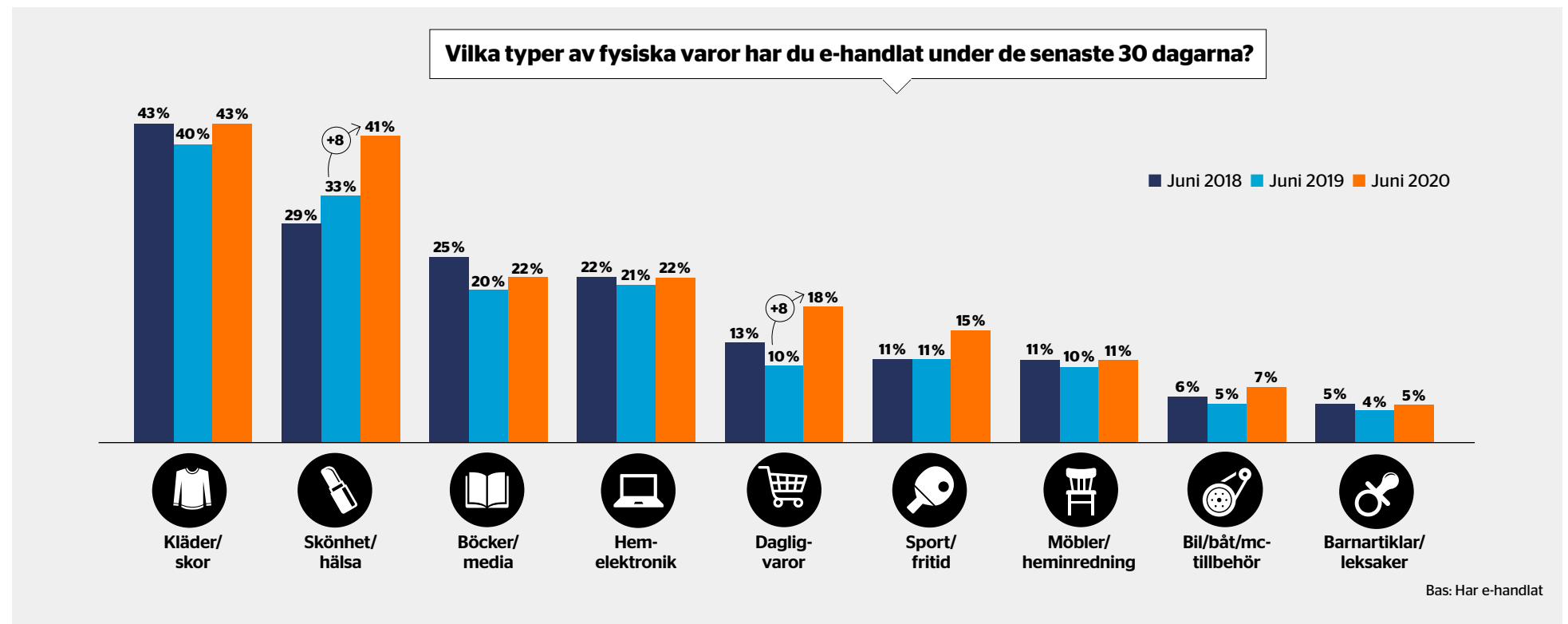
**Detta kan delvis bero på** att coronakrisen av många upplevs ha övergått i en mindre kritisk fas, i vilken fler har återgått till ett mer normalt sätt att leva.

Fler kvinnor än män e-handlade under maj



# Nästan dubbelt så många köpte mat på nätet i juni jämfört med i fjol

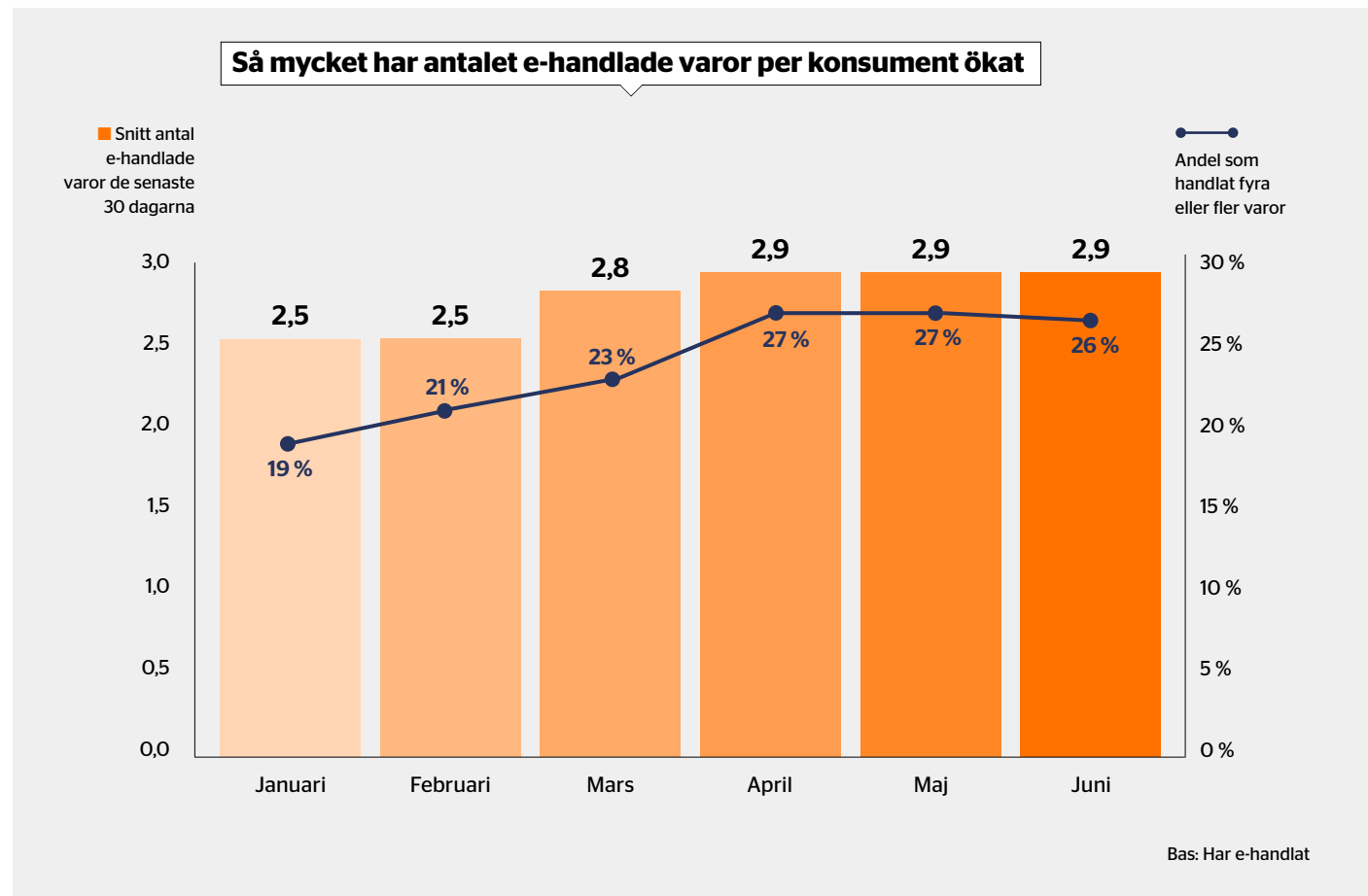
**Kläder och skor var fortfarande** (precis som i maj) den produktkategori med flest e-handelskonsumenter, under juni månad (43 %). Skönhet och hälsa (där apoteksvaror ingår) hade nästan lika många konsumenter på nätet (41 %) med en kraftig uppgång jämfört med juni 2019 (från 33 %). Den största procentuella ökningen i antalet konsumenter stod dagligvarorna för, med en ökning på 80 %, från 10 % till 18 %.



# Genomsnittligt antal e-handlade varor stabilt

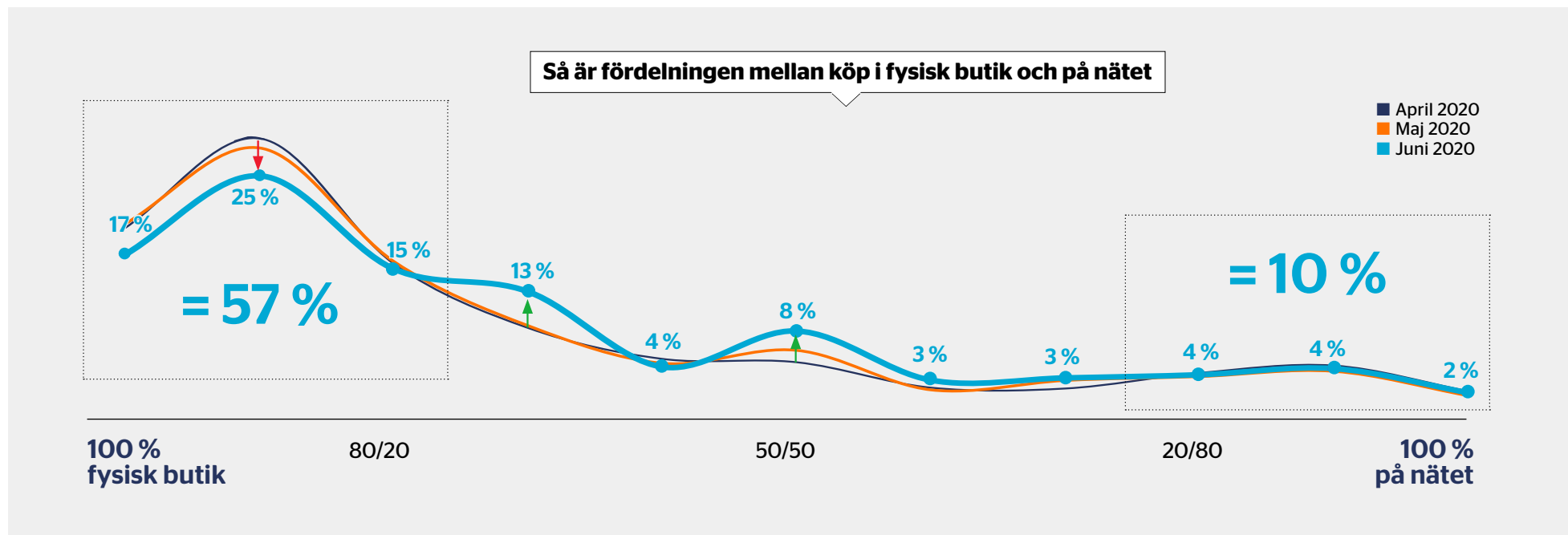
**Antalet e-handlade varor** per konsument har, som tidigare rapporterats, ökat under coronamånaderna. Antalet, 2,9 varor i snitt per konsument, har legat stabilt de senaste tre månaderna.

**Andelen av konsumenterna** som e-handlat fyra eller fler varor, under de senaste 30 dagarna, låg på 26% i juni.



# Fördelningen mellan fysisk butik och e-handel

I april började vi ställa frågan om hur konsumenterna uppskattar att deras fördelning mellan fysisk butik och e-handel ser ut, för att följa hur detta utvecklas över tid. I maj såg vi en tämligen liten skillnad jämfört med april. Från juni-siffrorna kan man dock skönja en tydlig förskjutning mot en större andel e-handel i genomsnitt. Mest synligt är att fler konsumenter än tidigare uppger att de handlar 30 % respektive 50 % på nätet.

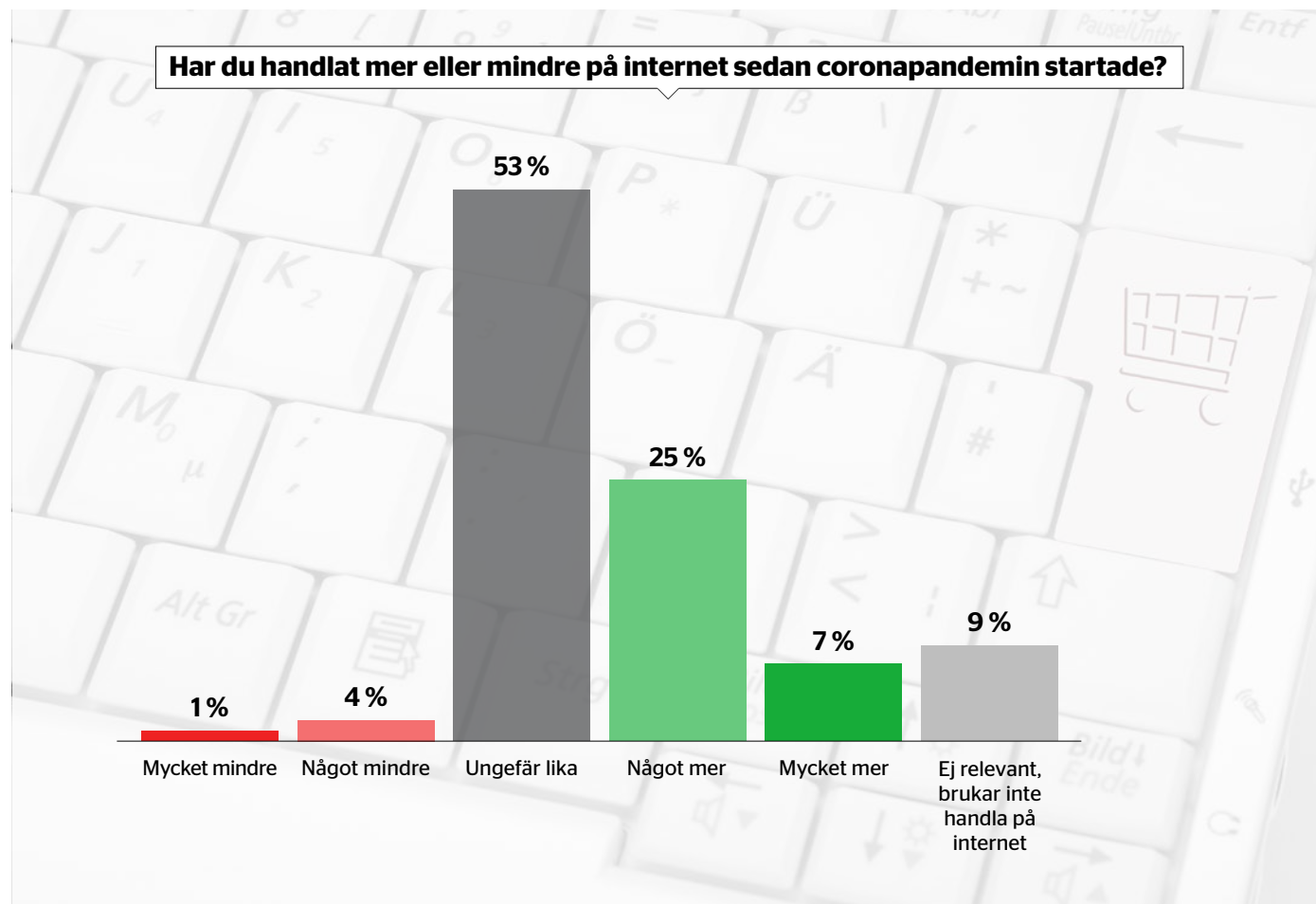


**Sammanlagt ligger den genomsnittliga fördelningen** (enligt konsumenternas egna uppskattningar) nu på 70 % fysisk handel och 28 % e-handel. Detta innebär inte att 28 % av handeln de facto är e-handel, men förskjutningen är en signal om en ökande e-handelsandel.



# 85 % handlar lika mycket eller mer på nätet

**En majoritet av respondenterna,** 53 %, uppgav i juni att de handlar ungefär lika mycket på nätet nu, som innan coronapandemin började. Ungefär en tredjedel (32 %) uppger att de handlar mer på nätet och endast 5 % uppger att de handlar mindre på nätet.















# Knappt 1/3 av de äldre har börjat köpa apoteksvaror på nätet sedan corona

## Andelen av befolkningen

som uppger att de börjat köpa olika typer av produkter på nätet som en direkt följd av coronapandemin har ökat månad för månad. Nu kan vi konstatera att så många som 13 % har börjat köpa apoteksvaror och 11 % har börjat köpa dagligvaror. Mest imponerande är siffrorna för den äldsta gruppen, där hela 31 % har börjat köpa apoteksvaror och 26 % dagligvaror. 13 % av de äldsta har dessutom börjat köpa kläder och skor på nätet och 10 % har börjat köpa böcker och media.

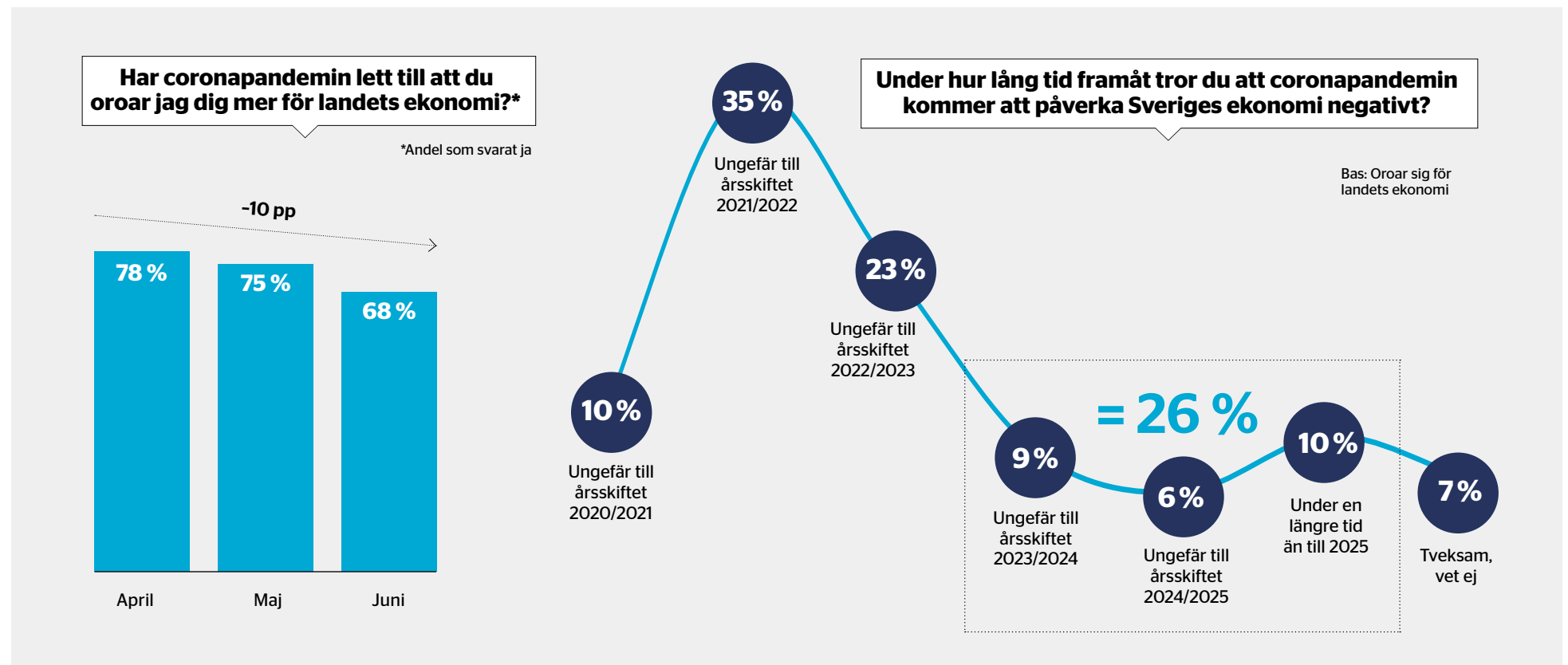
Har coronapandemin lett till att du köpt nya typer av produkter på internet?\*

Delbranscher	Total	18-29 år	30-49 år	50-64 år	65-79 år
Hälsa (inkl apoteksvaror) 	13 %	9 %	7 %	13 %	31 %
Dagligvaror 	11 %	9 %	9 %	5 %	26 %
Kläder och skor 	8 %	9 %	6 %	8 %	13 %
Sport och fritid 	4 %	4 %	3 %	4 %	6 %
Hemelektronik 	4 %	2 %	4 %	4 %	6 %
Böcker och media 	4 %	4 %	2 %	3 %	10 %
Skönhet 	3 %	4 %	3 %	1 %	5 %
Möbler och heminredning 	3 %	3 %	3 %	2 %	4 %
Byggvaror 	2 %	2 %	2 %	1 %	7 %
Fordon med tillbehör 	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %
Barnprodukter och leksaker 	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %
Nej, ingenting 	65 %	68 %	68 %	68 %	47 %

\*Andel som svarat ja. Flera svar möjliga.

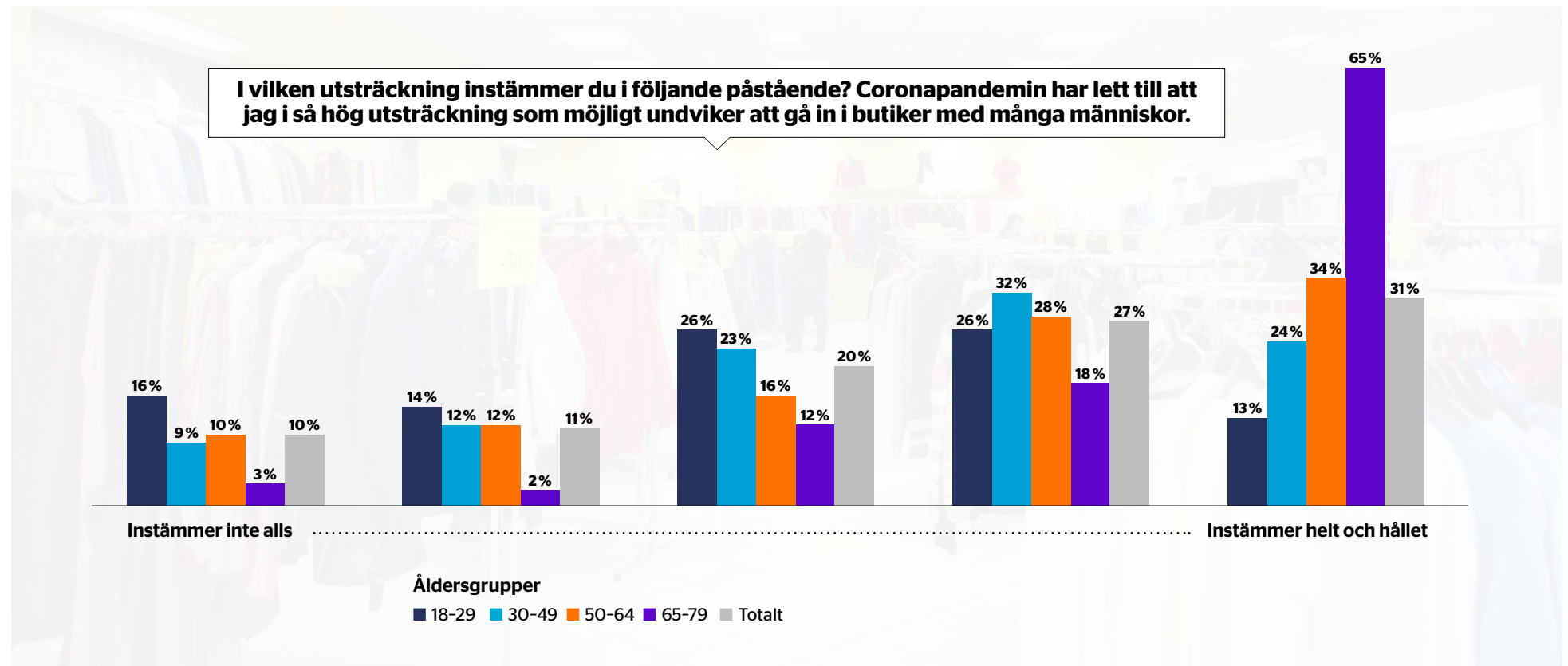
# Allt färre oroar sig för lågkonjunktur

**Jämfört med maj** är det betydligt färre som oroar sig för landets ekonomi eller en kommande lågkonjunktur – 68 % av befolkningen, jämfört med 75 % i maj och 78 % i april. Av de som oroar sig är det alltså så, att den största andelen ser framför sig att landets ekonomi kommer förbli negativt påverkad ungefär fram till årsskiftet 2021/2022. 23 % av respondenterna tror snarare att lågkonjunkturen kommer att fortsätta i ytterligare ett år. 26 % är ännu mer pessimistiska.



# Fortsatt undvikande av fysiska butiker

Det är fortfarande ett väldigt utbrett beteende bland konsumenterna att undvika fysiska butiker. Totalt sett var det under juni månad 58 % som svarade att de instämde (4 eller 5) i påståendet nedan. Det finns ett klart samband mellan ålder - av de äldsta respondenterna svarade 82 % att de undviker butiker; bland de yngsta var det bara 38 %.

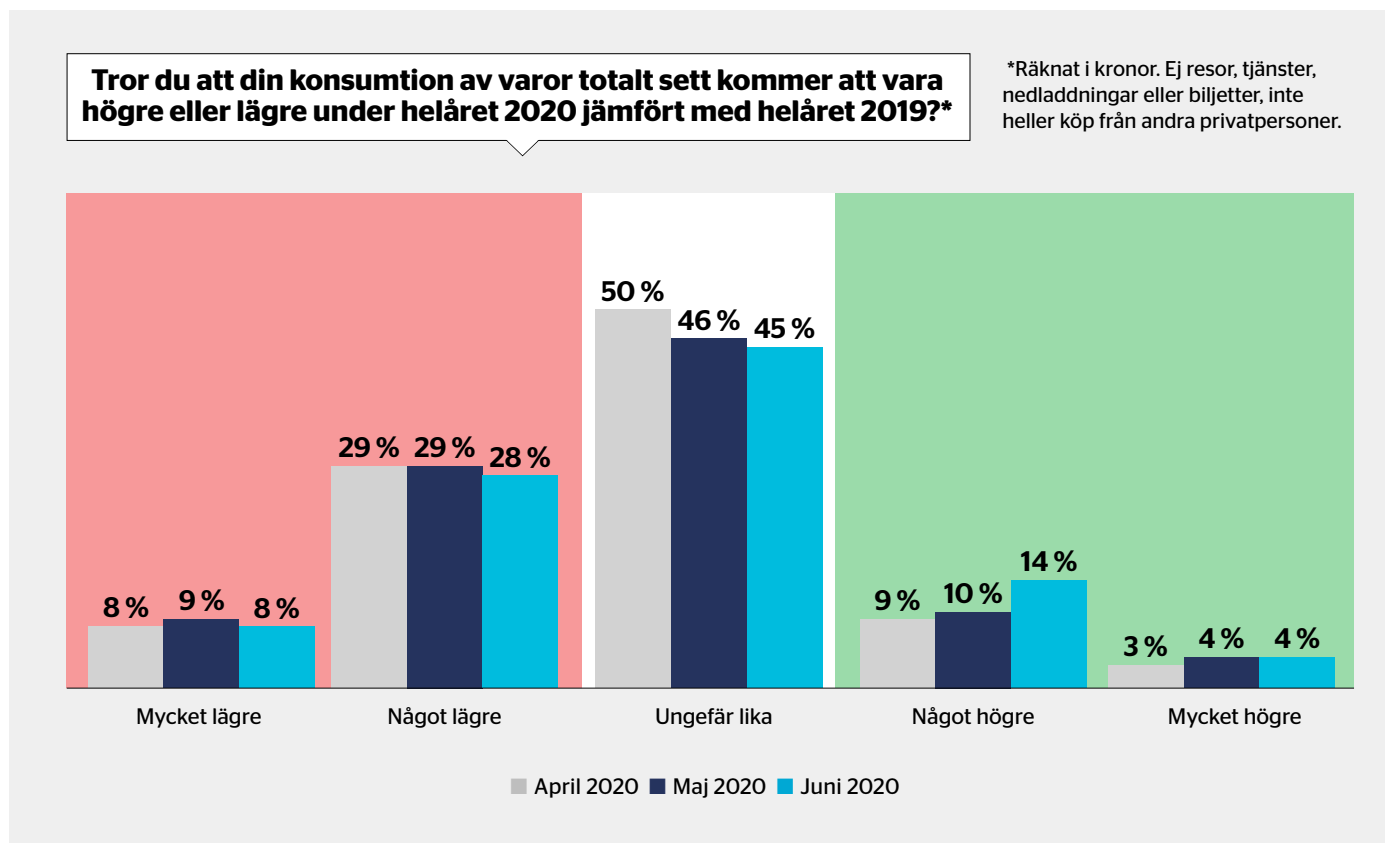


# Fler tror sig nu konsumera mer under året

**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 visar** är det nu 36 % av konsumenterna som tror att de kommer konsumera mindre under 2020, medan 18 % tror att de kommer konsumera mer. 45 % tror på en oförändrad totalkonsumtion.

Jämfört med tidigare coronamånader är det nu alltså fler som tror sig komma att konsumera mer.



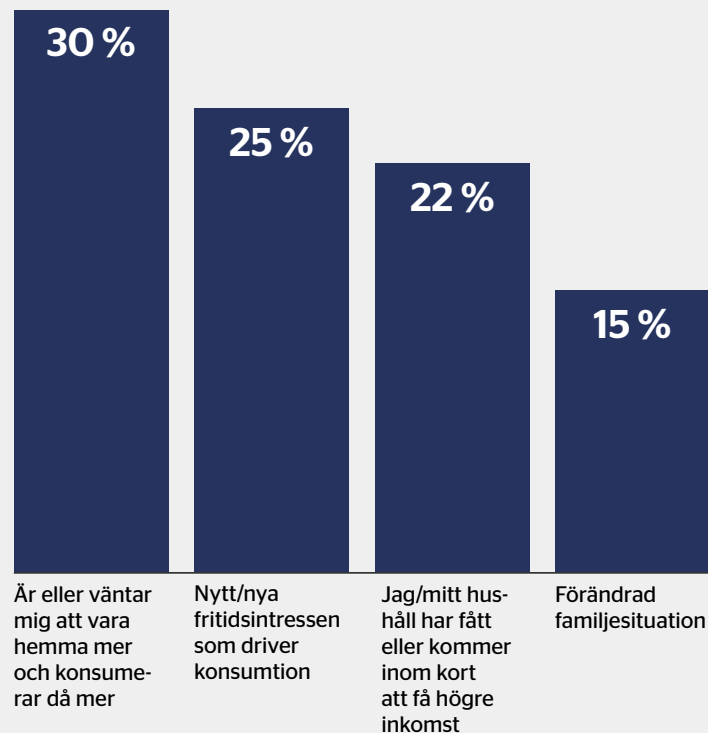
# Anledningarna till högre konsumtion

I de senaste månadsrapporterna har vi valt att presentera de främsta anledningarna till att folk tror sig komma att konsumera mindre under helåret 2020 jämfört med 2019. Den främsta orsaken har varit, och är fortfarande, att man "är eller förväntar sig vara hemma mer och konsumerar då mindre".

Nu väljer vi att istället presentera de vanligaste orsakerna till att 18 % av konsumenterna tror att de kommer att konsumera mer under 2020, jämfört med 2019. Som vi konstaterat tidigare är den vanligaste orsaken till att vissa kommer att konsumera mer, att de tillbringar mer tid i hemmet, vilket även är den vanligaste orsaken till att andra konsumerar mindre.

Vad är främsta anledningarna till att du tror att du kommer att konsumera mer under 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](http://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