



## Hög e-handelstillväxt inför peak

- E-handelsköpen ökade med 33 procent i oktober.
- Branscherna som ökar och minskar under corona.
- Andelen som e-handlade steg igen i oktober.
- Fortsatt lägre oro över kommande lågkonjunktur.

# e-barometern

PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

# OKTOBER

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 november, med 1 347 svar från personer som e-handlat under de senaste 30 dagarna. Den andra undersökningen genomfördes under oktober, med svar från totalt 1 064 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.

# Reviderad prognos kommer inte räcka

**Efter en tid av sjunkande oro** för coronaviruset och en återgång till mer normalt beteende i början på hösten, så har situationen snabbt förvärrats igen. De nya restriktionerna gör att vi på nytt isolerar oss med våra närmaste och undviker såväl restauranger som butiker. E-handeln gynnas av denna tråkiga utveckling. Alla indikatorer pekar på högre tillväxt när vi närmar oss slutet av året.

**Visa av erfarenhet** vet vi nu att tillväxtestimaten som bygger på konsumenternas egna uppskattningar tenderar att indikera en lägre tillväxt än vad som sedan visar sig ha varit den verkliga utvecklingen. Under april-juni visade konsumentsiffrorna på i genomsnitt 34 procents tillväxt, men den egentliga kvartalstillväxten för e-handeln landade sedan på 49 procent, 15 procentenheter högre. Under perioden juli-september visade konsumentsiffrorna på i genomsnitt 28 procents tillväxt, men den verkliga kvartalstillväxten landade på 39 procent, 11 procentenheter högre. Så när vi nu ser konsumentsiffrorna från sista kvartalets första månad (+33 %) är det säkert så att den egentliga tillväxten återigen är högre. Troligtvis kommer sista kvartalet, med annalkande julhandel och Black Week, att överträffa våra tidigare prognoser. Helårstillväxten för e-handeln kommer inte bli de dryga 30 procent som vi tidigare estimerat, utan snarare 40.

**Men det hänger givetvis på** att hela branschen har förberett sig för stora volymer och kan hantera flödena under peaken. På PostNord har förberedelserna för Black Week och julhandeln pågått länge - fler medarbetare, hemleveranser på lördagar och ett stort antal tillfälliga ombud runtom i landet, är några av insatserna.

**Arne Andersson**  
E-handelsrådgivare  
på PostNord

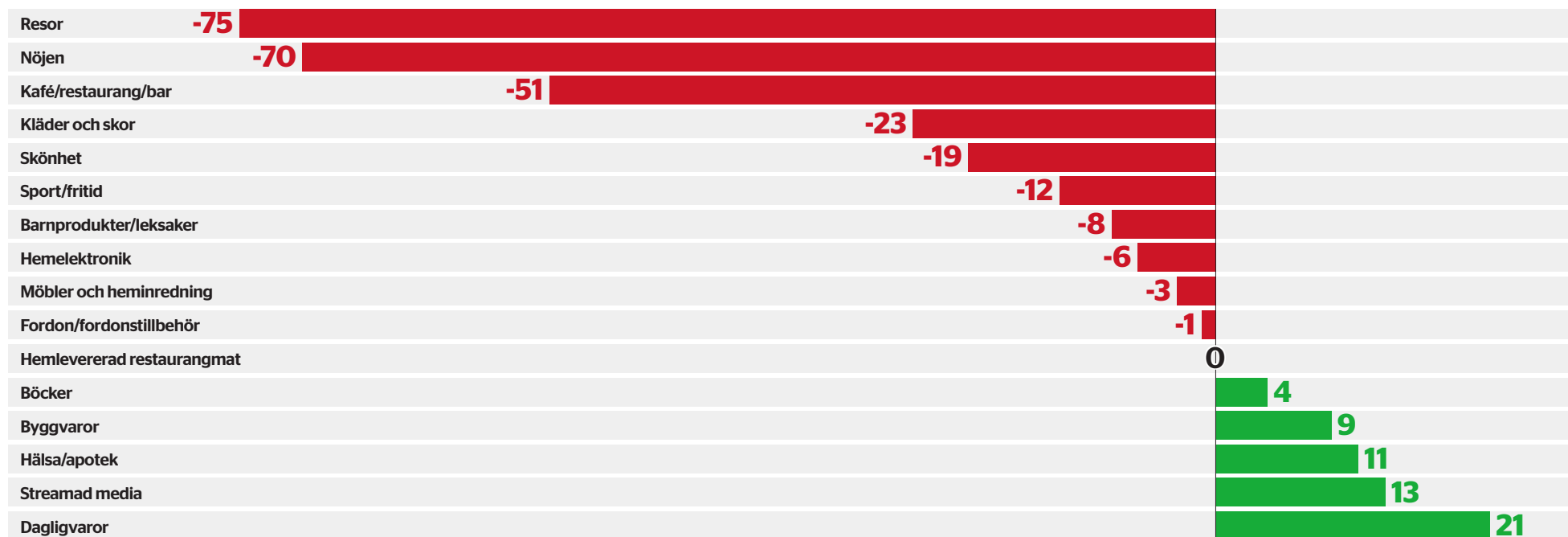


**Carl-Fredrik Teder**  
Detaljhandelsanalytiker  
på PostNord



# Ökande och minskande branscher under corona

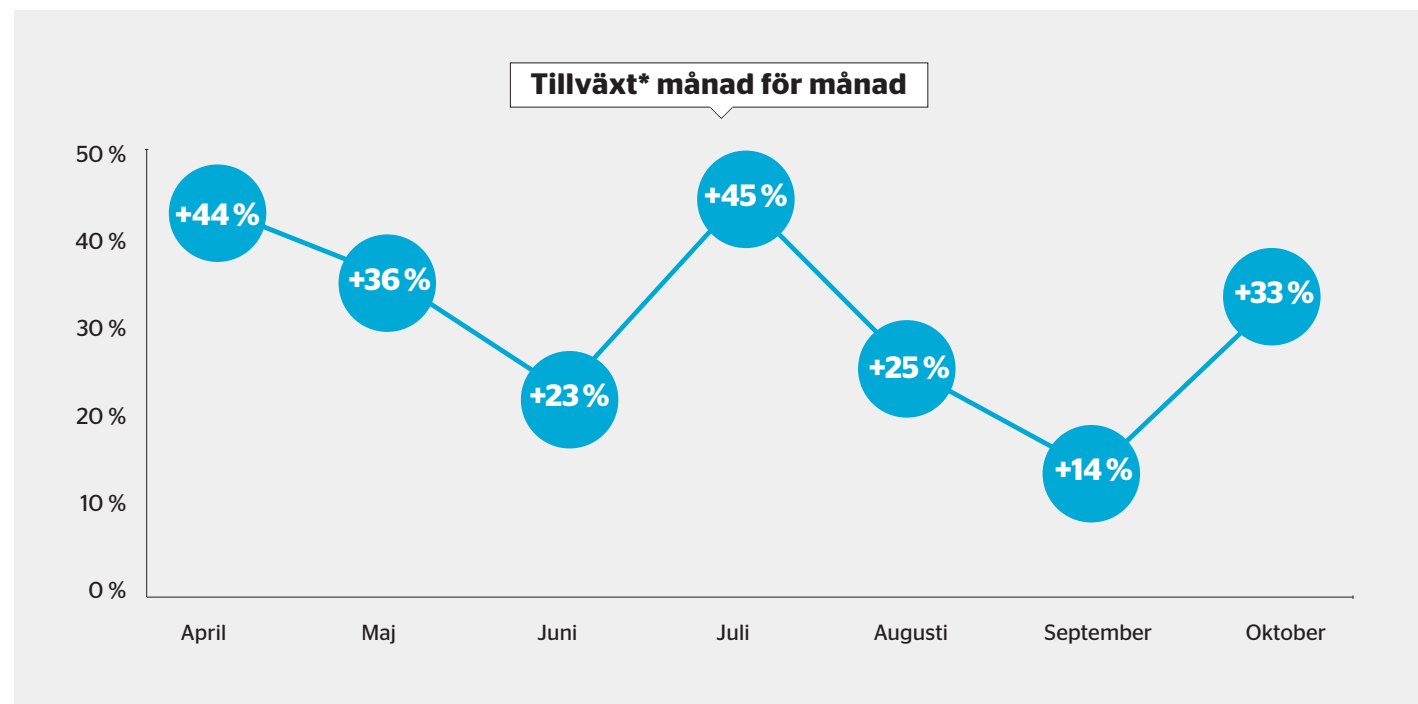
**Vi har frågat konsumenterna** vilka produktkategorier de spenderat, eller kommer att ha spenderat, mer eller mindre inom, under 2020 jämfört med 2019. Det handlar alltså om total konsumtion, oavsett om det är e-handel eller köp i fysisk butik. När vi nu närmar oss slutet av året finns det tydligare vinnar- och förlorar-kategorier. Men det finns även kategorier som tycks vara relativt opåverkade på det hela taget. Staplarna representerar en nettoprocentsats, det vill säga andel som svarat ”spendera mer” minus andel som svarat ”spendera mindre” (antingen mycket eller lite).



# E-handeln växte med 33 %\* i oktober

Sett till svenskarnas självuppskattade konsumtion så ökade e-handeln med 33 % under oktober 2020, jämfört med samma månad 2019. Det innebär att tillväxten återigen är att betrakta som hög, efter att i september varit nere på en betydligt mer "normal" nivå.

Tillväxt totalt  
**+ 33 %**



\*Baserat på konsumenternas egna uppskattningar

## Andelen som e-handlade steg igen i oktober

**Andelen som e-handlade** under oktober steg igen efter nedgången i september, till 76 procent. Återigen var det betydligt fler kvinnor (82 %) än män (71 %) som e-handlade.

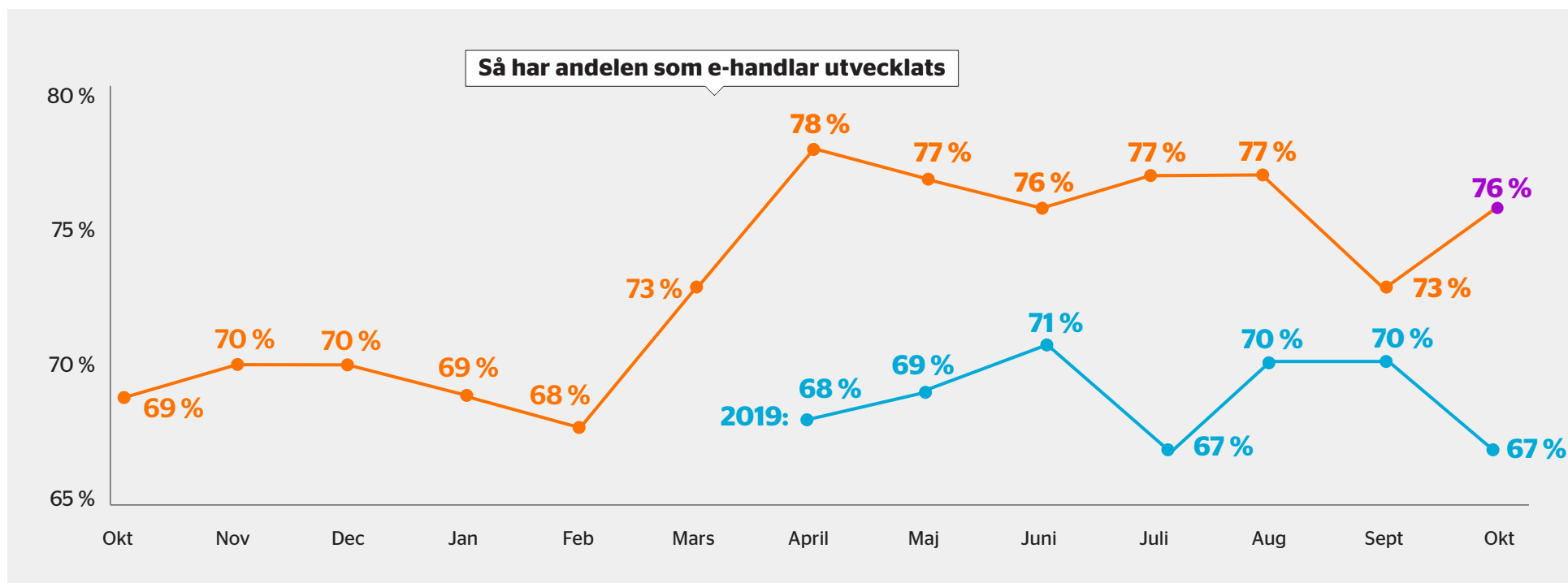
Fler kvinnor än män e-handlade under september



71 %

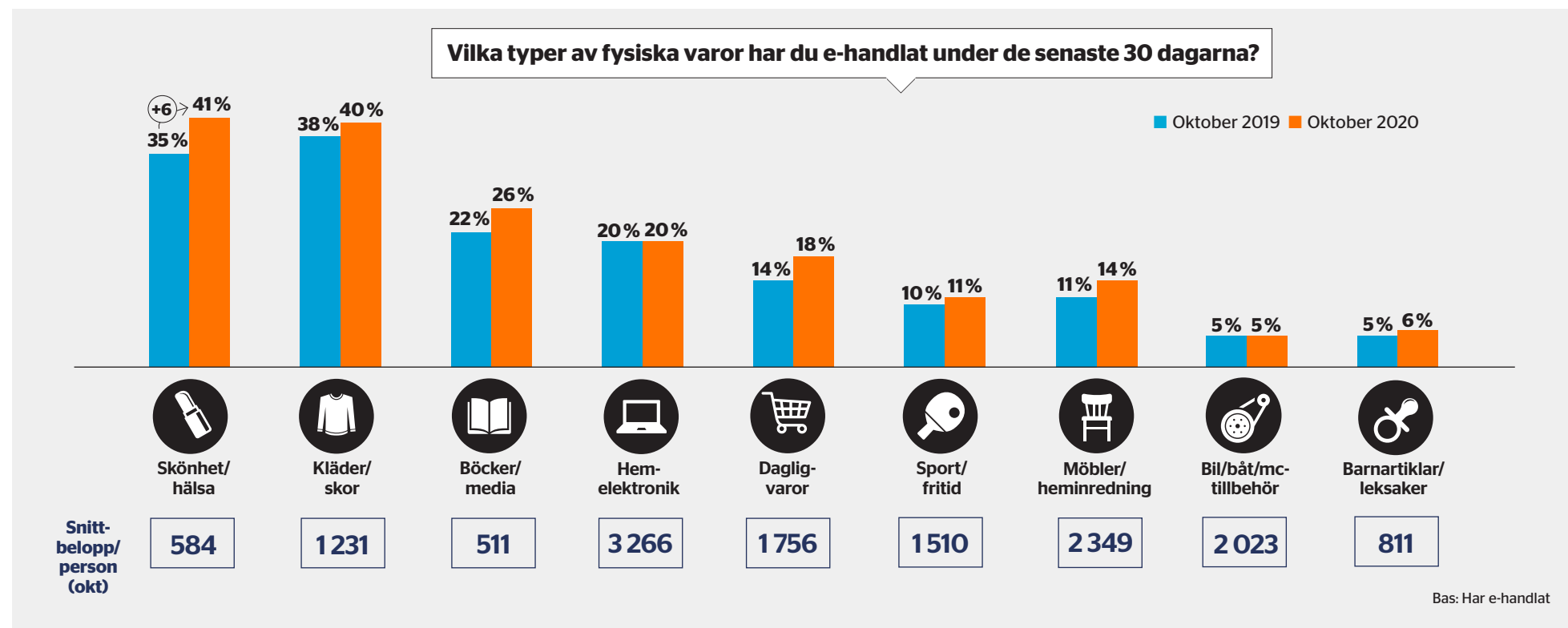


82 %



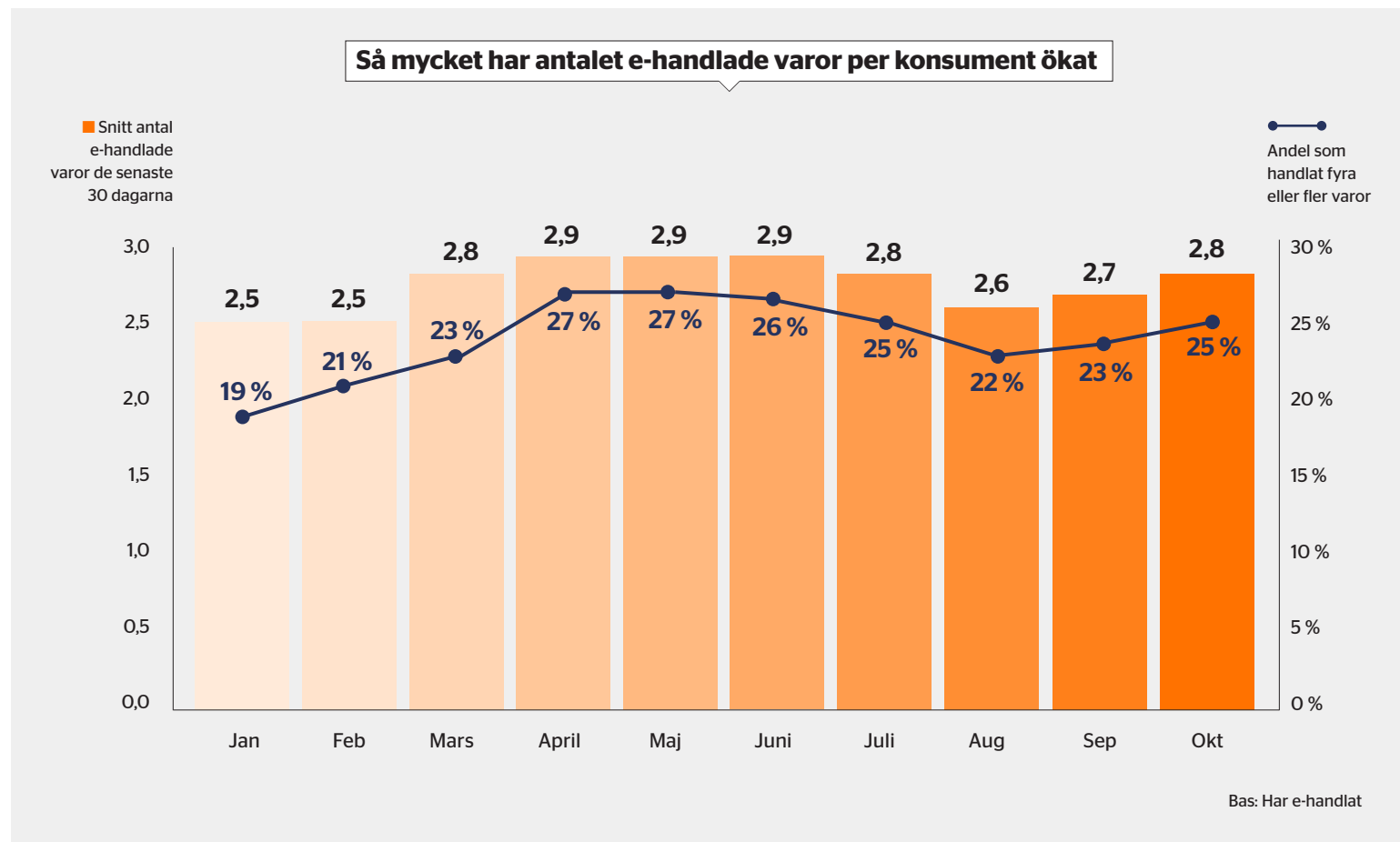
# Skönhet och hälsa mest populära produktkategori under oktober

Skönhet och hälsa (där apoteksvaror ingår) var även under oktober den produktkategori som flest e-handelskonsumenter handlat från. Högst snittbelopp per e-handlande konsument hade hemelektronik, med 2 898 kronor, följt av möbler och heminredning.



## Uppåtgående trend igen

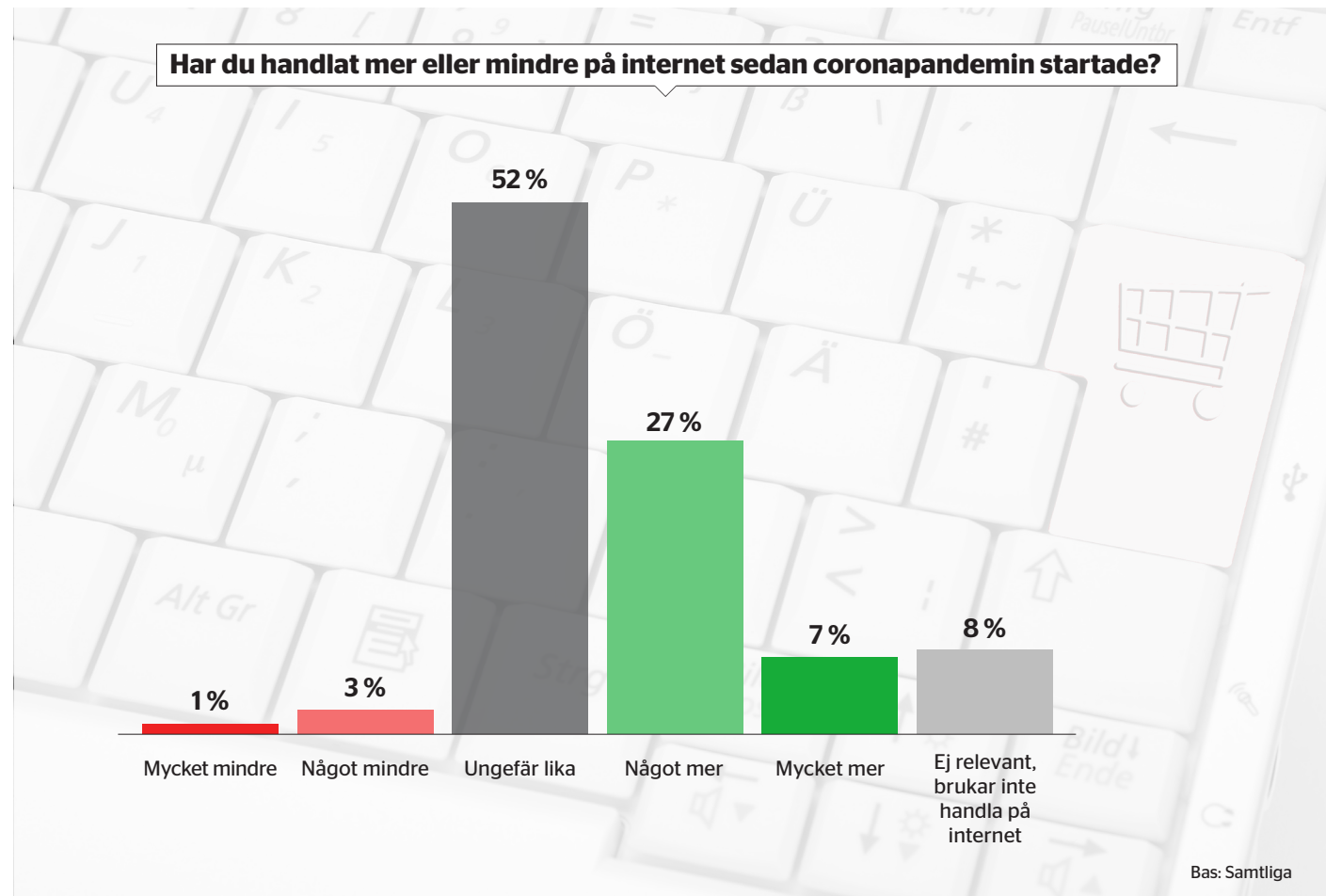
I september-rapporten konstaterade vi att den nedåtgående trenden för genomsnittligt e-handlade varor var bruten och återigen pekade något uppåt. Under oktober fortsatte den tillbakagående riktningen på kurvan.





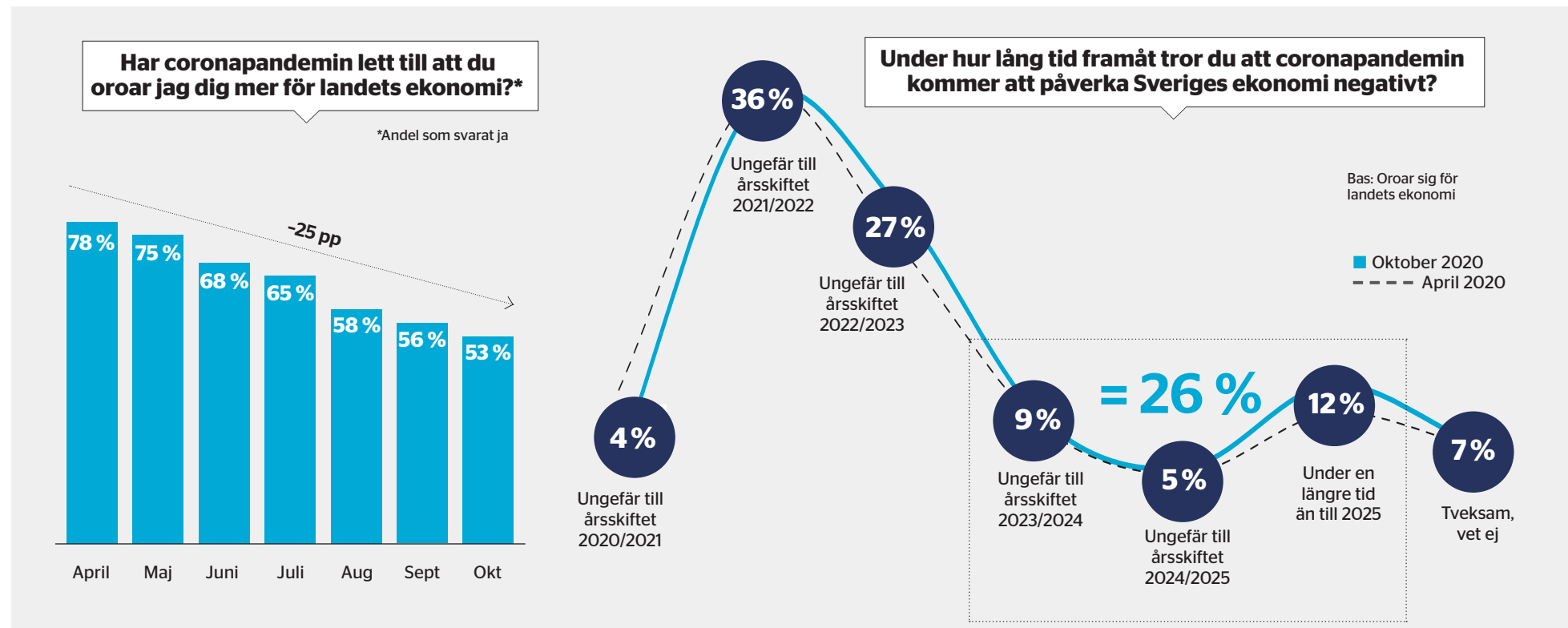
## 35 % handlar mer på nätet sedan corona

**35 procent av svenskarna** uppgav i oktober att de handlar mer på internet sedan coronapandemin började. Endast 4 procent handlar mindre på nätet.



# Fortsatt lägre oro över kommande lågkonjunktur

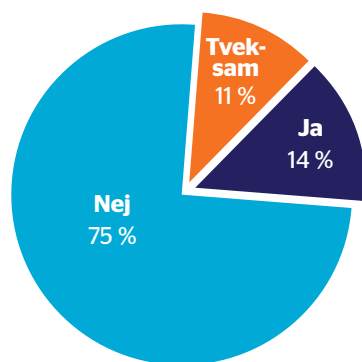
**Sedan april har oron för lågkonjunktur** fortsatt att minska successivt i samhället. Under oktober var det ”bara” 53 procent av befolkningen som oroade sig, jämfört med 78 procent i april. Flest av de som oroar sig tror att Sveriges ekonomi kommer förbli negativt påverkad fram till årsskiftet 2021/2022 och näst flest tror ytterligare ett år.



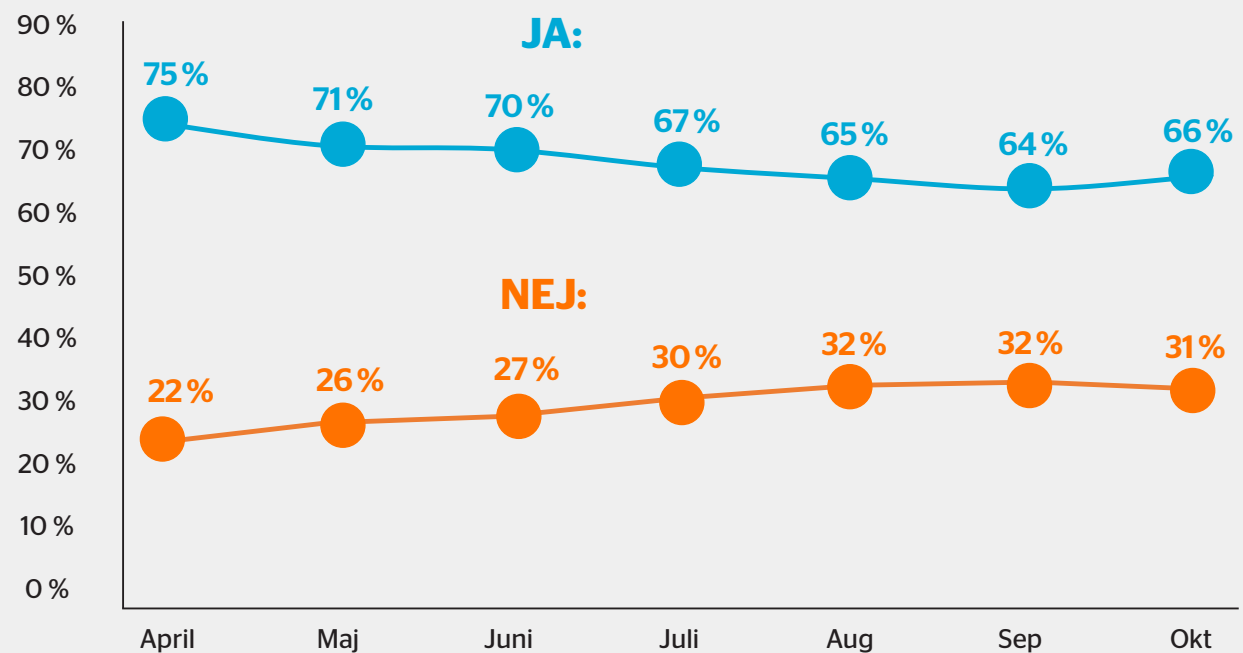
# Ökad oro för smitta i oktober

**Det var under oktober** månad något fler som oroade sig över själva viruset, jämfört med september. 66 procent uppgav att de oroade sig för sin egen eller sina anhörigas hälsa. Av hela populationen var det 14 procent som uppgav att de har varit (eller tror att de har varit) smittade av viruset redan.

Har du eller tror du att du haft coronaviruset (med eller utan symptom)?



Oroar du dig för din egen eller dina anhörigas hälsa, på grund av coronapandemin?



# 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