

# Lägsta tillväxten under pandemin

- E-handeln växte med 14 procent.
- Andelen som e-handlar sjönk.
- Skönhet och hälsa fortsatt mest populära produktkategori.
- Fortsatt lägre oro över kommande lågkonjunktur.



e-barometern

PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

SEPTEMBER

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 oktober, med 1413 svar från personer som e-handlat under de senaste 30 dagarna. Den andra undersökningen genomfördes under september, med svar från totalt 1 126 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.

# Ett hack i kurvan?

**Vi har i tidigare rapporter** ställt oss frågan om huruvida andelen som e-handlar någonsin kommer att gå tillbaka ner till nivån innan corona. Under september var det 73 procent som e-handlade, alltså betydligt färre än under tidigare krismånader. Oron för viruset hade inte ökat i samhället enligt våra undersökningar, så möjligen har det skett en viss tillbakaströmning till den fysiska handeln. Tillväxten under september utifrån konsumenternas egna uppskattningar var den lägsta sedan pandemins början.

**När vi nu närmar oss peak** med Black Friday och julhandel, samtidigt som virus spridningen dessvärre verkar ta fart igen runtom i landet, så blir det såklart väldigt intressant att följa utvecklingen i handeln. I nästa kvartalsrapport, som kommer i mitten av november, kommer vi se hur hög e-handelsföretagens tillväxt var under kvartal tre, och hur de planerar inför årets sista månader. Då får vi också veta hur konsumenterna förhåller sig till de annalkande högtiderna detta mycket märkliga år. Så håll utkik efter E-barometern Q3.

**Arne Andersson**  
E-handelsrådgivare  
på PostNord



**Carl-Fredrik Teder**  
Detaljhandelsanalytiker  
på PostNord

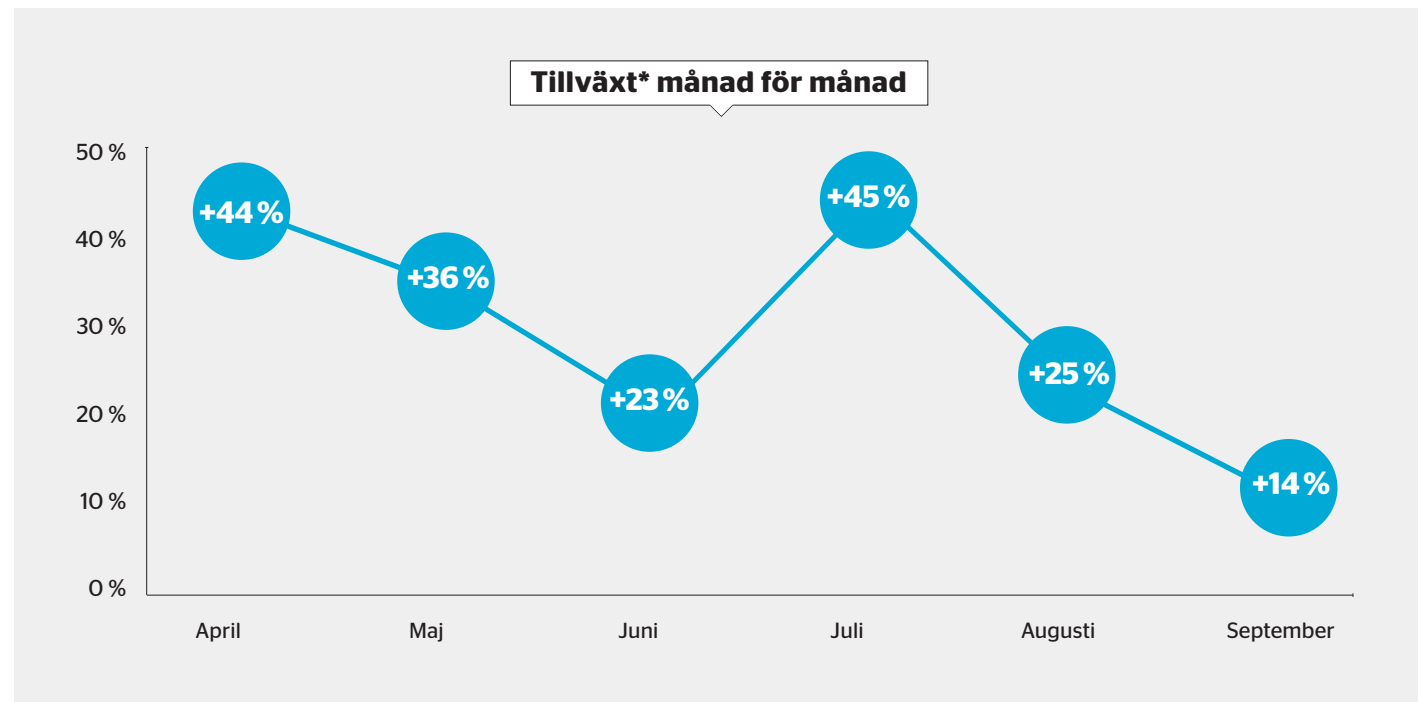


## E-handeln växte med 14 %\* i september

**Sett till svenskarnas självuppskattade konsumtion** så ökade e-handeln med 14 % under september 2020, jämfört med samma månad 2019. Det är den lägsta tillväxtindikationen sedan coronakrisens början under våren. Andelen som e-handlat under september, 73 %, var bara tre procentenheter högre än under september ifjol (se nästa sida).

Tillväxt totalt  
**+ 14 %**

\*Baserat på konsumenternas egna uppskattningar



## Andelen som e-handlar sjönk i september

**Andelen som e-handlade** under september sjönk markant från tidigare coronamånader, till 73 procent. Som vanligt var det betydligt fler kvinnor än män e-handlade.

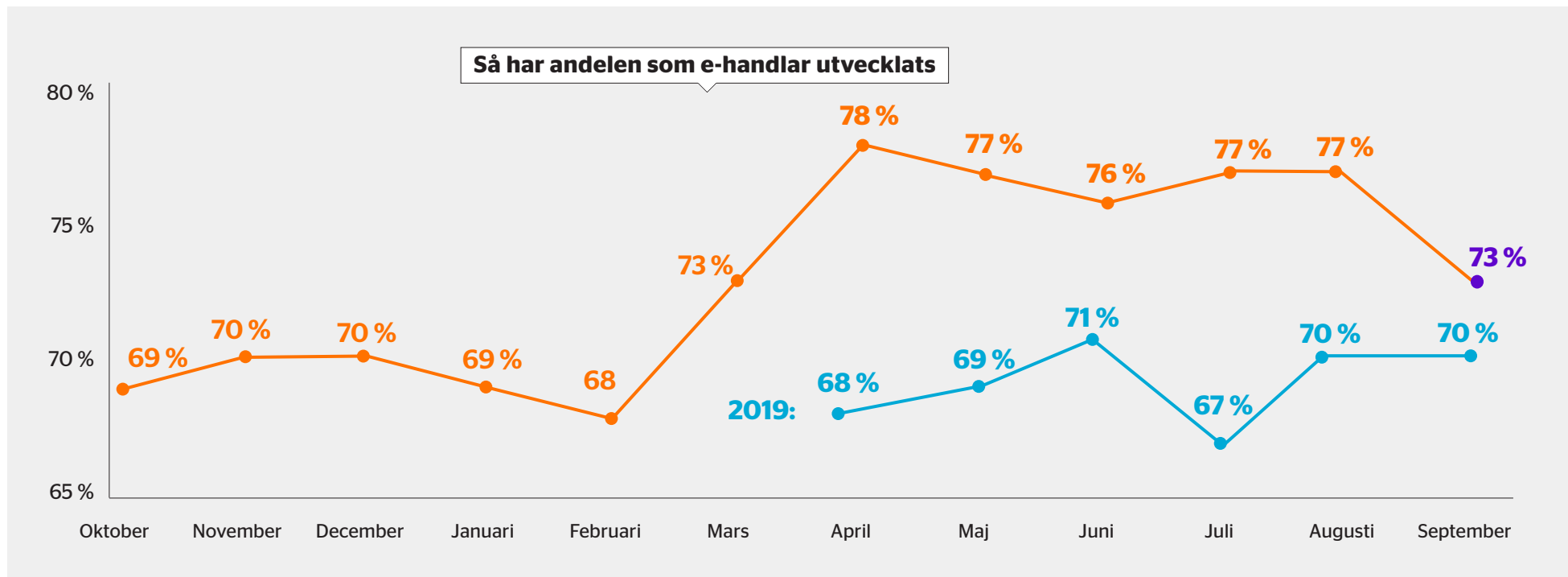
Fler kvinnor än män e-handlade under september



66 %

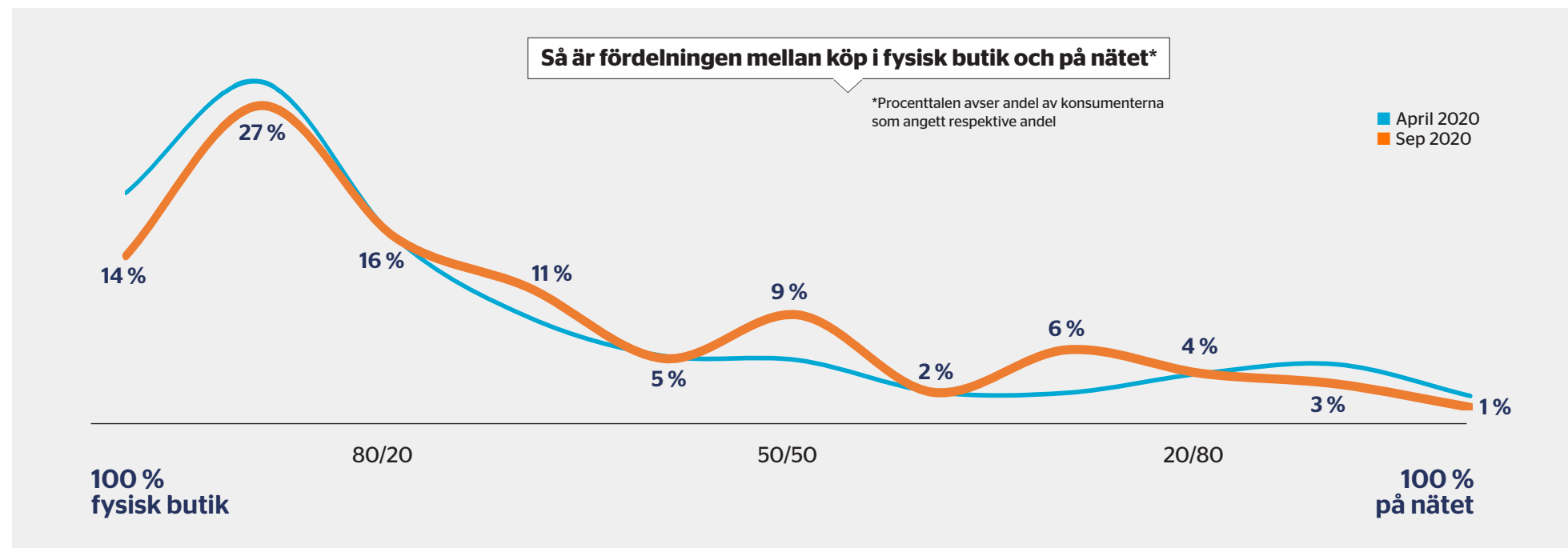


79 %



# Fördelningen mellan fysisk butik och e-handel

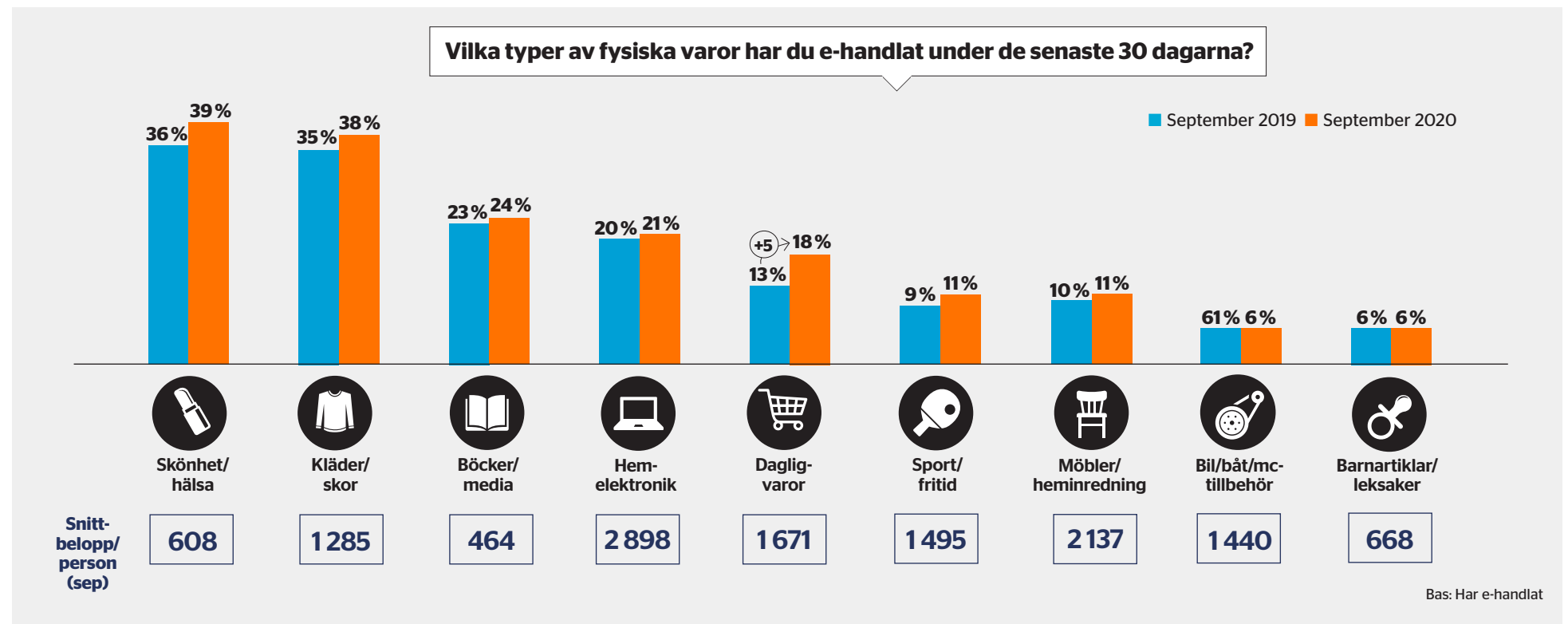
**Vi började i slutet av april** att följa hur konsumenterna uppskattar att deras fördelning mellan konsumtion i butik och konsumtion på nätet ser ut. Perioden vi frågar efter är ”från mitten av mars fram till idag”.



**Jämför man septembers siffror** med april är det tydligt att en betydligt större del av befolkningen nu gör en större del av sina totala köp på nätet. Andelen som svarade att de handlade åtminstone 80 procent i fysisk butik var i april 64 procent; i september var den 57 procent.

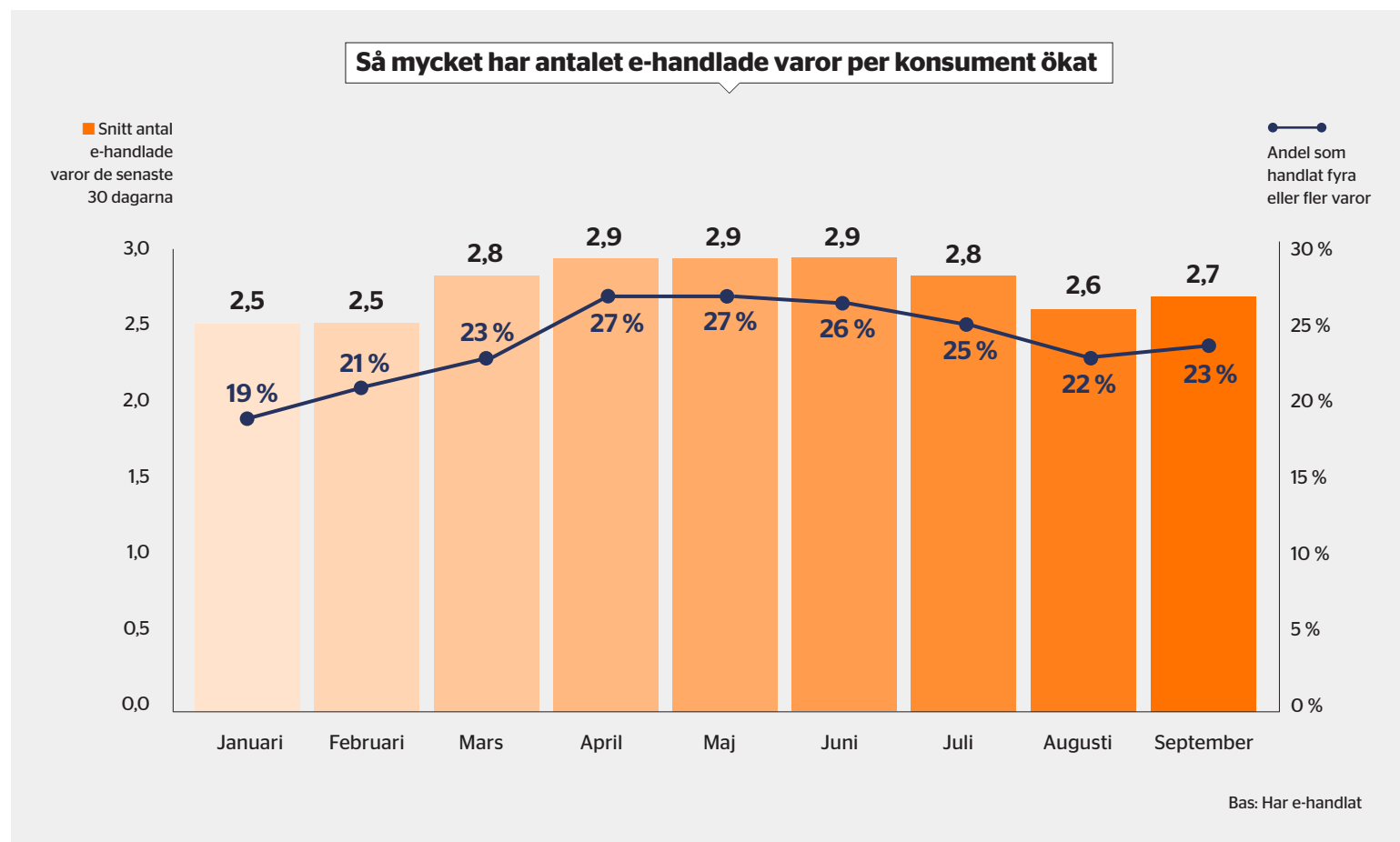
# Skönhet och hälsa fortsatt mest populära produktkategori under september

Skönhet och hälsa (där apoteksvaror ingår) var även under september 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.



# Nedåtgående trenden i frekvens bruten

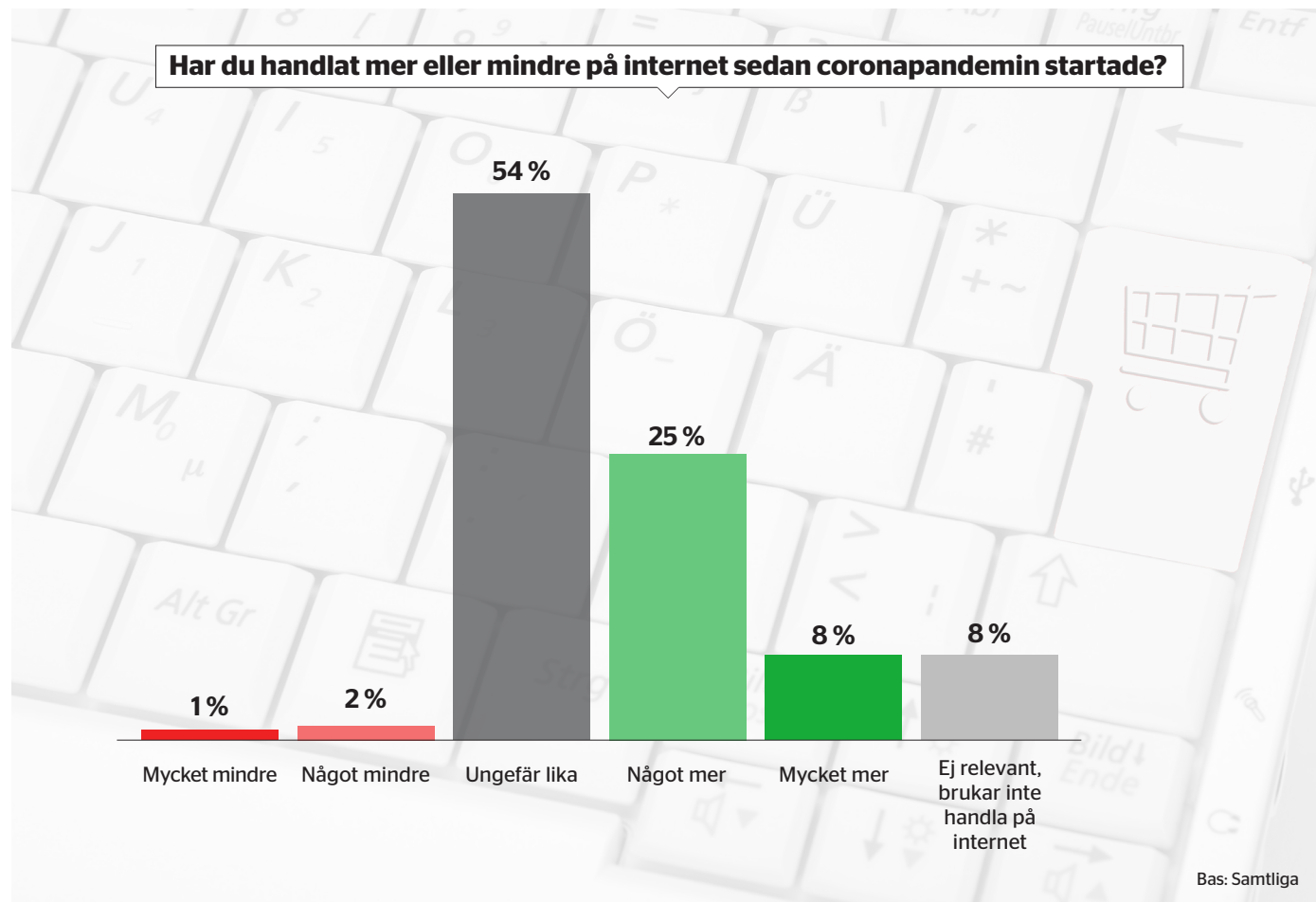
**I augusti-rapporten** konstaterade vi en nedåtgående trend i antalet e-handlade varor per konsument. Den tendensen fortsatte inte under september utan steg tvärtom något.





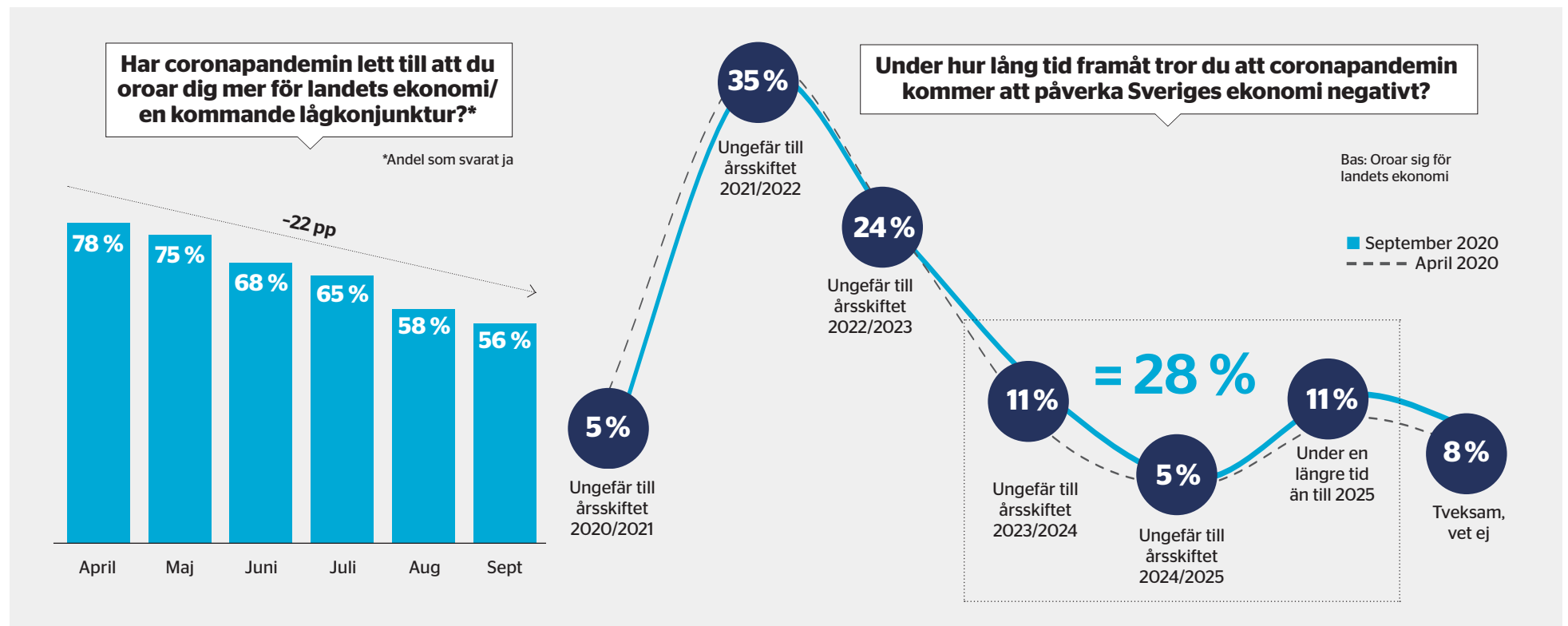
# 33 % handlar mer på nätet sedan corona

**33 procent av svenskarna** uppgav i september att de handlar mer på internet sedan coronapandemin började. Endast 3 procent handlar mindre på nätet.



# Fortsatt lägre oro över kommande lågkonjunktur

**Med sex månaders perspektiv** går det att konstatera att oron bland svenskarna, över en kommande lågkonjunktur, har minskat månad för månad. Under september var det 56 procent av befolkningen som oroade sig, jämfört med 78 procent i april. Däremot är det ingen skillnad sett till hur länge svenskarna tror att Sveriges ekonomi kommer att förbli negativt påverkad av krisen. Flest tror fram till årsskiftet 2021/2022 och näst flest tror ytterligare ett år.

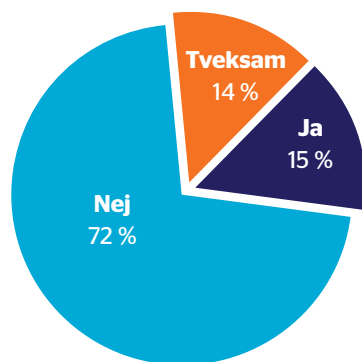


# Ingen ökad oro för smitta i september

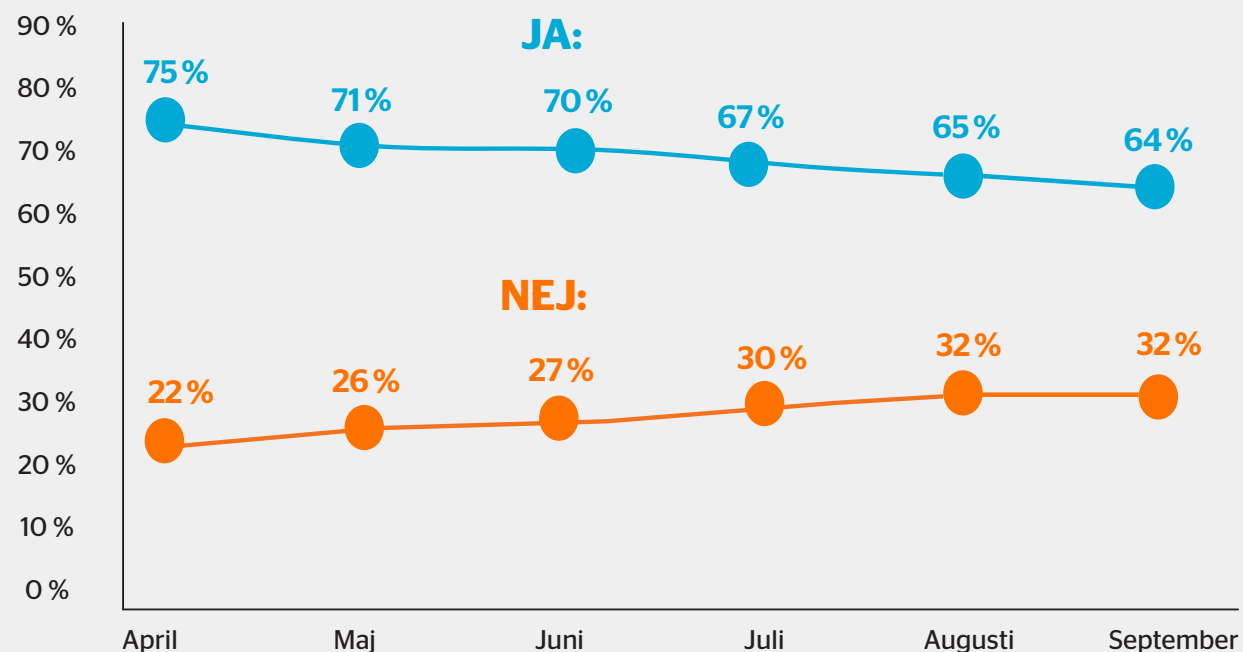
## Det var under september månad

ungefär samma nivå av oro som i augusti för själva viruset. 64 procent uppgav att de oroade sig för sin egen eller sina anhörigas hälsa. Av hela populationen var det 15 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 corona-viruset (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