

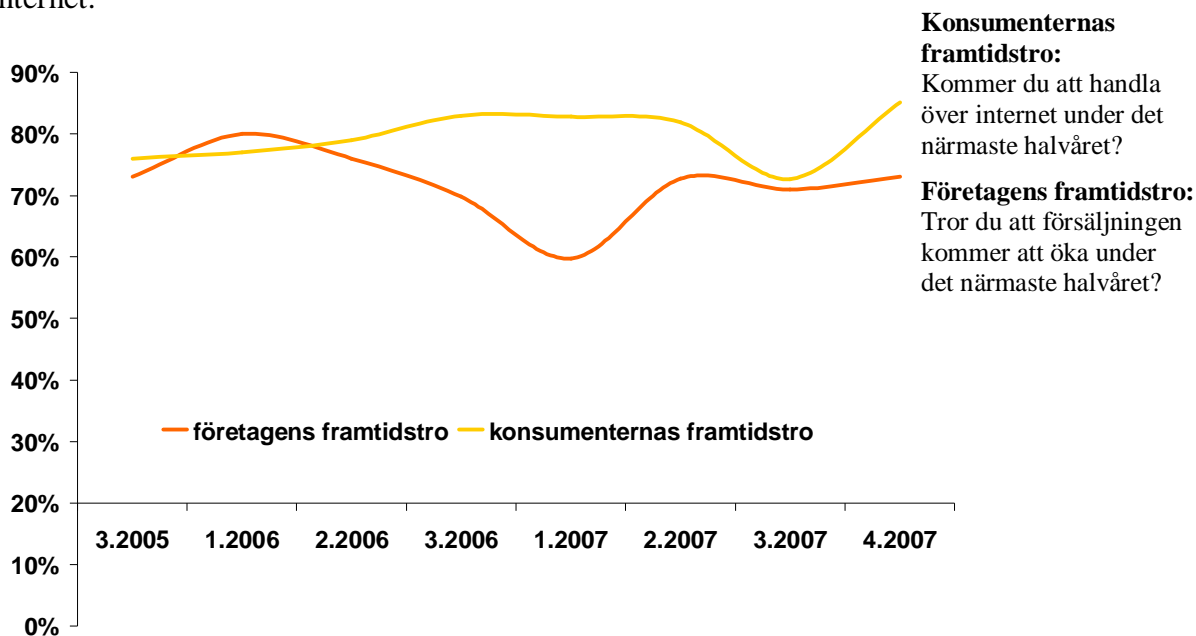
# e-barometern

Q4 - 2007



## e-handeln når nya nivåer

E-handels försäljning steg under 2007 års fjärde kvartal med 24,5 procent. Svensk e-handel har, efter denna starka tillväxt, nått nya höjder och försäljningen uppgick under 2007 till 17,7 miljarder kronor. E-handeln fortsätter således att vinna mark. Den starka tillväxttakten förklaras bland annat av en mognad hos företagen som blir allt proffsigare. Fler är också konsumenterna som väljer internet som inköpskanal, dessutom allt oftare. Framtidstron hos företag och konsumenter pekar dessutom på en fortsatt god utveckling. Av företagen bedömer 73 procent att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret och 85 procent av konsumenterna menar att de under samma period kommer att fortsätta att handla varor via internet.



- E-handels försäljning steg under det fjärde kvartalet år 2007 med 24,5 procent jämfört med fjärde kvartalet 2006.
- E-handels försäljning uppgick till 17,7 miljarder kronor år 2007 och utgjorde därmed cirka 3,5 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.
- Framtidstron är fortsatt stark hos såväl e-handelsföretagen (73 procent) som hos konsumenterna (85 procent).
- Många har handlat varor från utländska sajter, men helst väljer man att handla från svenska.
- Nästan hälften av e-handelsföretagen anger andra svenska internetsajter som sina främsta konkurrenter. Två av tio anger traditionella butiker.

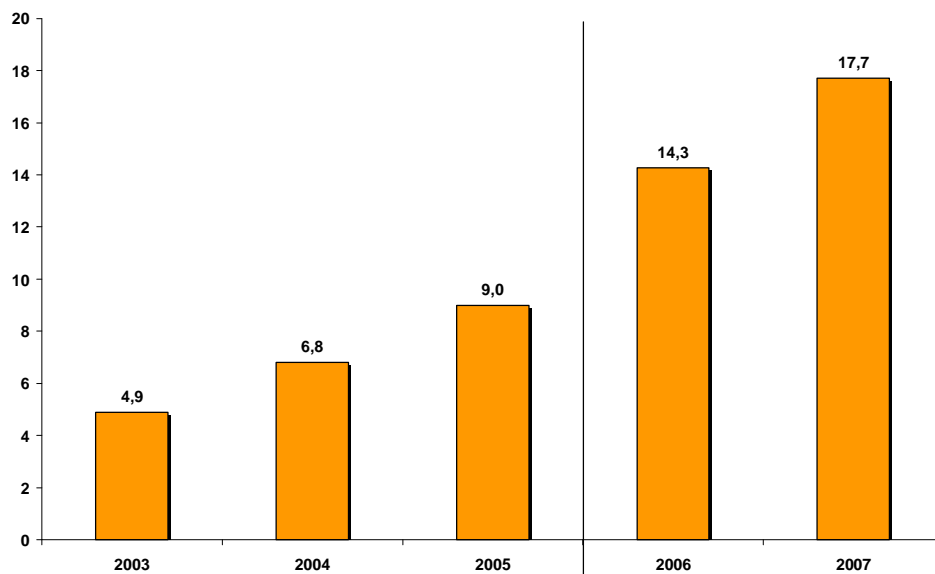
### Om undersökningen

AB Handelns Utredningsinstitut (HUI) följer tillsammans med Posten AB och Svensk Distanshandel den svenska detaljhandels försäljningsutveckling inom e-handeln. Informationen till aktuell e-barometer har samlats in under januari månad 2008 och bygger på ett urval av cirka 1 500 företag med försäljning över internet. Vidare har även en konsumentundersökning via internet (Cint) baserad på 1 060 stycken respondenter genomförts. Frågor kring e-barometern besvaras av Jonas Arnberg, HUI, 08-762 72 90.

## Företagens försäljningsutveckling

De svenska e-handelsföretagens försäljning till konsument steg under fjärde kvartalet 2007 med 24,5 procent. Tillväxten är något starkare än den vi sett under årets andra och tredje kvartal, då försäljningsökningen låg kring 20 procent. Sannolikt förklaras den starka tillväxten av att den för handeln så viktiga december- och julhandeln utvecklats väl. Fler än någonsin har alltså handlat sina klappar över internet.

I samband med denna e-barometer har HUI haft möjlighet att också undersöka den totala försäljningen över Internet under helåret 2007. Försäljningen beräknas under 2007 ha uppgått till 17,7 miljarder kronor, vilket motsvarar 3,5 procent av den totala detaljhandels försäljning. E-handels försäljning är således större än någonsin. Förklaringen till att e-handels marknadsandel kan tyckas vara relativt låg är att tunga branscher som livsmedel, möbler och byggvaror fortfarande lyser med sin frånvaro på internet. På branschnivå har nätet dock kommit långt. För bokhandeln beräknas e-handeln utgöra 27 procent av marknaden och för elektronikhandeln cirka 15 procent. Framtidsutsikterna ser dessutom goda ut och andelen kommer med stor sannolikhet att fortsätta växa.

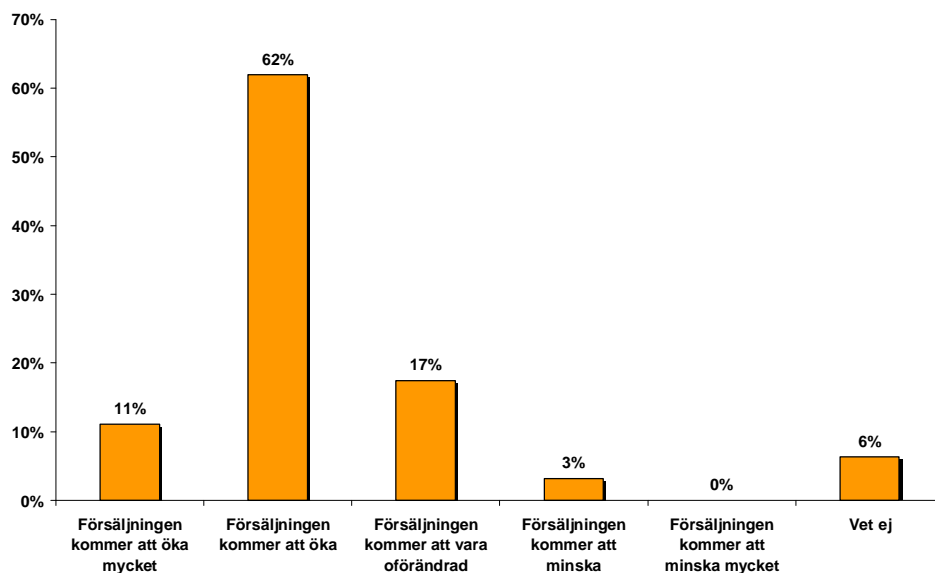


**Diagram 1:**  
e-handels omsättning,  
miljarder kronor.

**Anmärkning:** Undersökningen av helåret 2007 medför också en revidering av 2006 års försäljningsnivå som i och med denna justeras till 14,3 miljarder (tidigare 11,8 miljarder). Eftersom utvecklingen mellan 2005 och 2006 därmed blir jämförbar måste denna tolkas med försiktighet, därav linjen som delar diagram 1.

## Stark framtidstro bland e-handelsföretagen

Framtidstron är fortsatt stark. 73 procent av företagen bedömer att försäljningen kommer att öka eller öka mycket under det närmaste halvåret. Intressant är att ingen av de svarande bedömer att försäljningen kommer att minska. Jämfört med andra konfidensindikatorer i andra näringsgrenar är det mycket ovanligt. E-handeln är därmed den gren av svenskt företagande som uppvisar den största andelen optimister.

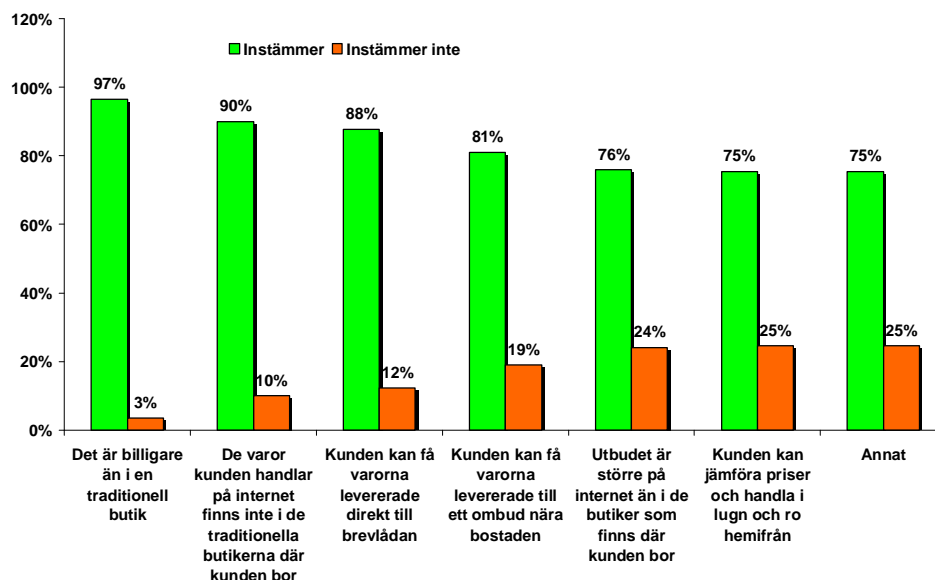


**Diagram 2:**

Hur tror du att försäljningen kommer att utvecklas under det närmaste halvåret?

## Att kunna jämföra priser viktigaste anledningen till e-handel

E-handelsföretagen menar att den vanligaste anledningen till att deras konsumenter väljer att handla på internet är att priserna är lägre än i den traditionella butikshandeln. Av stor vikt anses också utbudet vara. E-handeln har varor som inte finns på konsumentens lokala marknad och kompletterar därmed den traditionella butikshandeln. Att få varorna levererade direkt hem anses också vara en viktig orsak till att konsumenterna väljer internet.

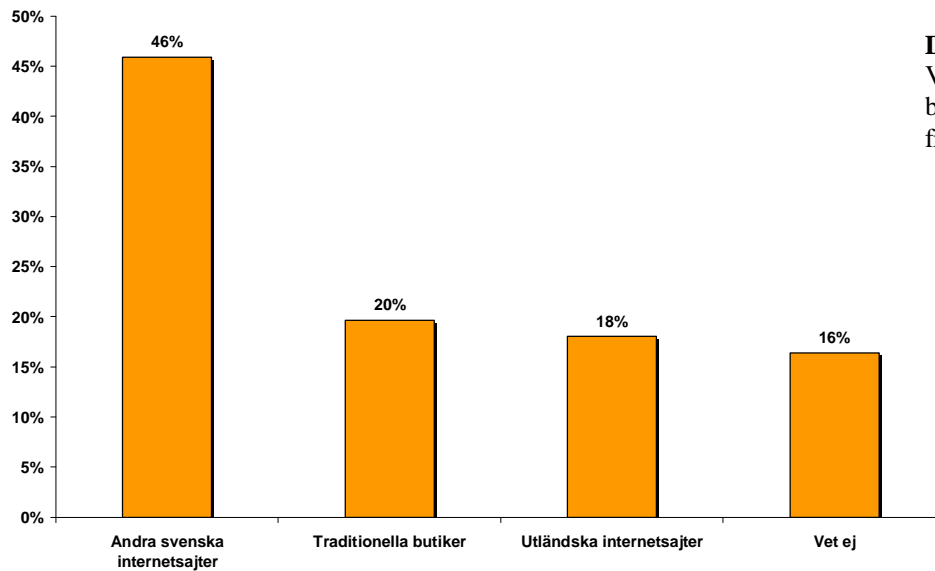


**Diagram 3:**

Hur väl instämmer du i följande påståenden om varför dina kunder handlar varor via ditt företags hemsida?

### ***Andra svenska internetsajter främsta konkurrenten***

De största konkurrenterna för e-handelsföretagen är i första hand andra svenska e-handelsföretag. Det menar 46 procent av företagen. Intressant är att fler anger den traditionella butikshandeln som en större konkurrent än utländska e-handelssajter. För att konsumenterna ska genomföra sina köp på internet krävs att de känner förtroende för företaget och upplever en trygghet i sitt köp. Uppenbarligen tycks utländska internetsajter ännu inte vara tillräckligt lockande för att utgöra någon konkurrent till svensk e-handel, trots att de i många fall har förmånliga priser.

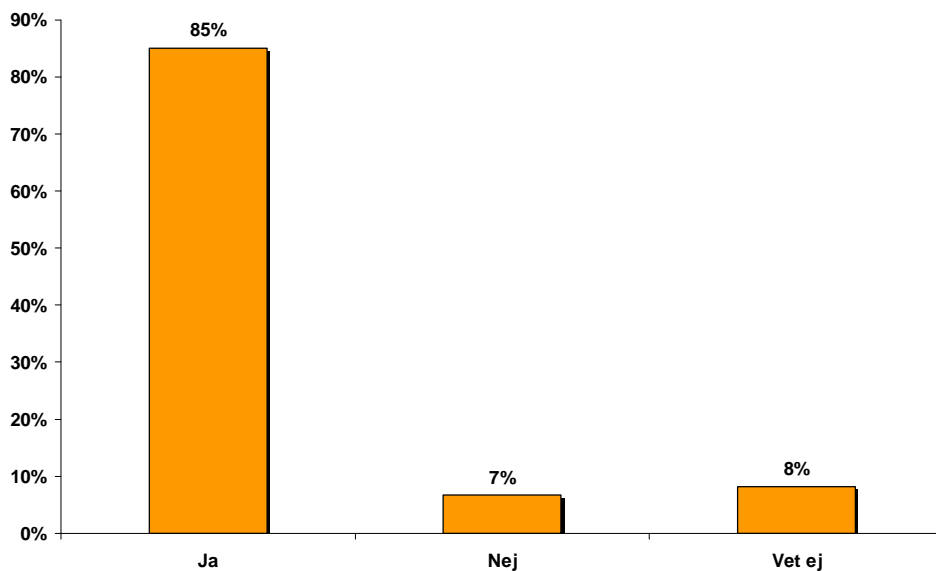


**Diagram 4:**  
Vilken typ av företag  
bedömer du som dina  
främsta konkurrenter?

## e-handelskonsumenterna

E-handelskonsumenterna är optimistiska inför det nya året. Hela 85 procent bedömer att de kommer att handla varor via internet under det närmaste halvåret. Detta är den högst uppmätta optimismen i e-barometern sedan mätningarna påbörjades 2005 och ett tecken på hur väl internet har etablerat sig som naturlig inköpskanal.

### *Konsumenterna är mer positiva än någonsin*



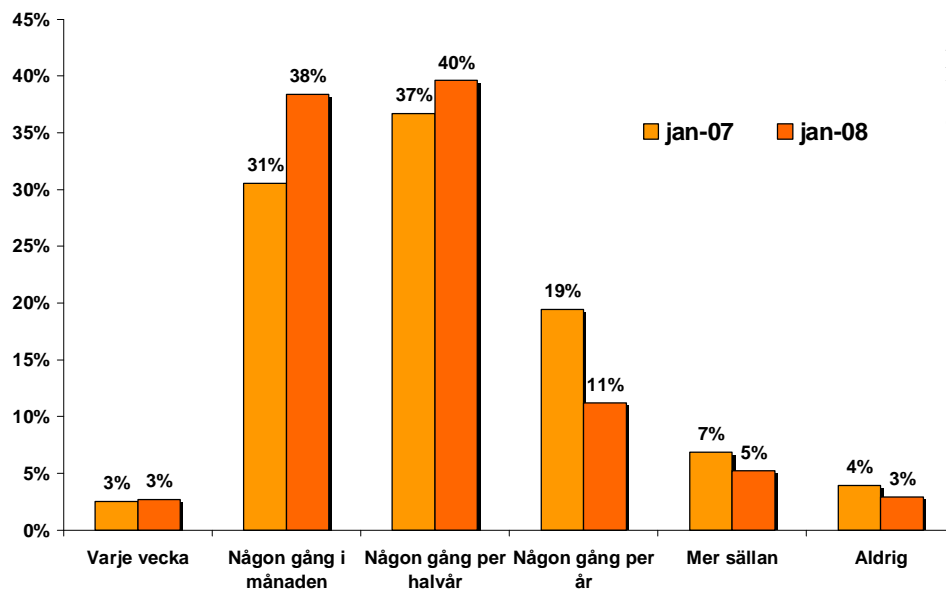
**Diagram 5:**

Tror du att du kommer att handla produkter på internet under de närmaste 6 månaderna?

Mest optimistiska är konsumenterna i mellersta Norrland, där över 90 procent bedömer att de kommer att handla varor på internet. Överlag är landsbygdsområden mer optimistiska än storstadsregioner, Stockholm har exempelvis den lägsta andelen. Förklaringen ligger sannolikt i utbudet på den lokala marknaden. I mindre städer och på landsbygden utgör internethandeln ett större komplement till detaljhandelsutbudet än i storstäderna. Granskas istället olika åldersgrupper framgår att de mest positiva finns i åldersspannet 23-35 år, där 92 procent bedömer att de kommer att handla varor över internet under det närmaste halvåret.

### *Många e-handlar ofta*

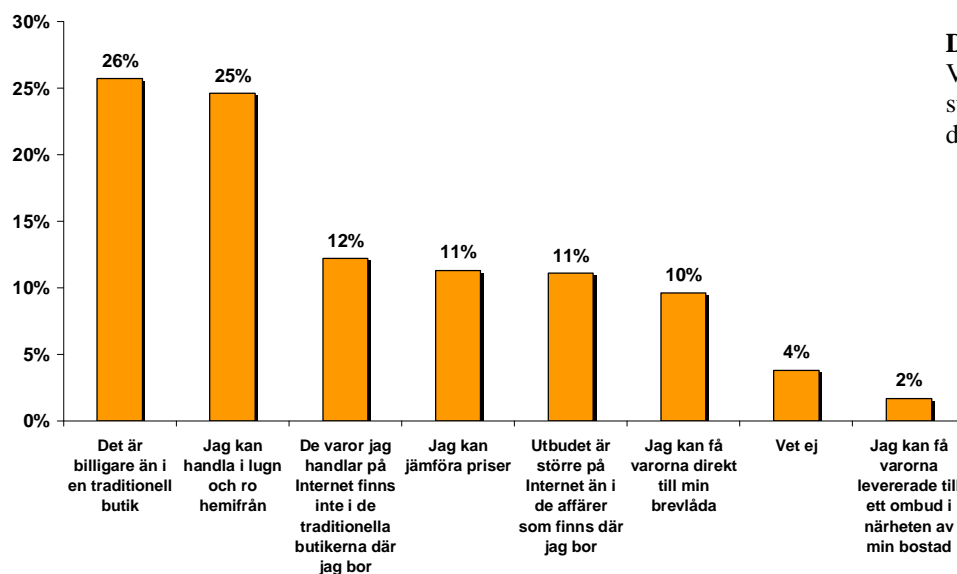
Många konsumenter handlar regelbundet på Internet. Några få är väldigt lojala nätanvändare och handlar så ofta som en gång i veckan. 41 procent handlar minst en gång i månaden. Samma fråga ställdes i januari 2007 och jämförs svaren med de i januari 2008 är det tydligt att e-handelsfrekvensen stiger. Allt fler handlar allt oftare över internet, se diagram 6.



**Diagram 6:**  
Ungefär hur ofta handlar du varor på Internet?

### ***Billigt och bekvämt främsta anledningarna till att handla på nätet***

Ett lågt pris har sedan internethandelns begynnelse varit ett viktigt argument för att köpa varor över internet istället för via den traditionella butikshandeln. Fortfarande rankas ett lågt pris högst men internethandelns bekvämlighet, att få handla varor i lugn och ro hemifrån, rankas i stort sett lika högt. Även utbudet rankas högt. Summeras de två frågorna som berör utbudet kommer denna faktor nästan lika högt som pris och bekvämlighet, framför allt för svarande från mindre städer eller glesbygd. Internethandeln visar därigenom återigen sin förmåga att nå förbi den lokala marknadens begränsade utbud. Bekvämligheten uppskattas framförallt av konsumenter i Stockholm, möjligtvis är tidsbristen här en viktig förklaringsfaktor till internetköpen.

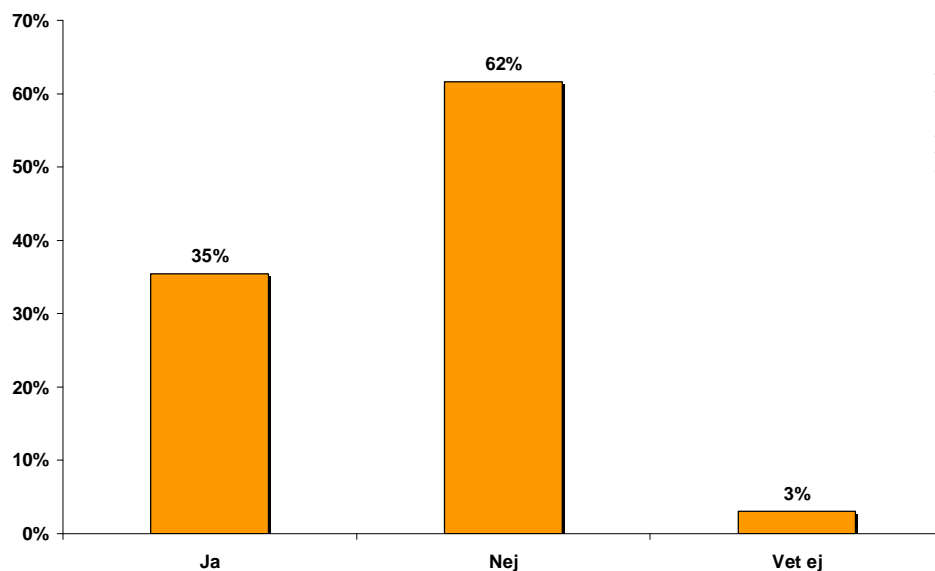


**Diagram 7:**  
Vilket alternativ tycker du stämmer bäst med varför du handlar på internet?

### ***En dryg tredjedel har handlat varor från en utländsk internetsajt...***

Via e-handel når många företag nya, och framför allt större, kundgrupper. Samtidigt ökar också konkurrensen, eftersom e-handeln gör utländska aktörer tillgängliga för svenska

konsumenter. Många konsumenter har också handlat från utländska aktörer under det senaste året, vilket en dryg tredjedel av de svarande angett.

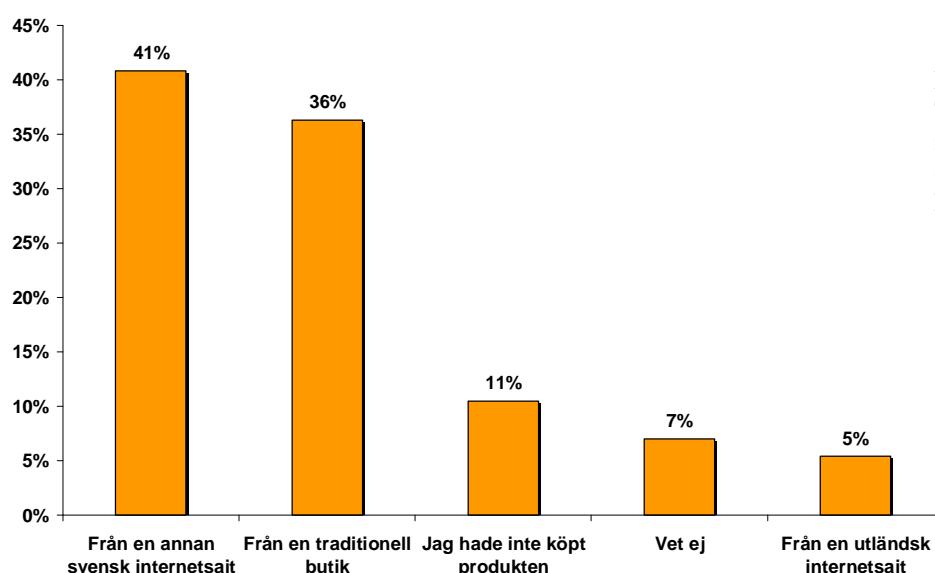


**Diagram 8:**

Har du under det senaste året handlat några varor från utländska internetsajter?

### ***...men utländska sajter skrämmer fortfarande***

De flesta konsumenter har emellertid inte handlat varor från utländska sajter och ofta föredras andra alternativ i den mån det är möjligt. På frågan om den produkt man senast handlade på nätet skulle kunna ha inhandlats någon annanstans svarade 41 procent att en annan svensk e-handelsbutik skulle ha använts. Nästan lika många, 36 procent, menade att man istället skulle ha valt en traditionell butik. Endast 5 procent menar att man skulle ha valt att köpa produkten via en utländsk internetsajt. Tidigare undersökningar, inom ramen för e-barometern, har visat att konsumenten måste känna trygghet från den e-handelsbutik man handlar från. Sannolikt sänder utländska sajter inte ut den nödvändiga trygghetskänsla som får konsumenten att klicka på köp.

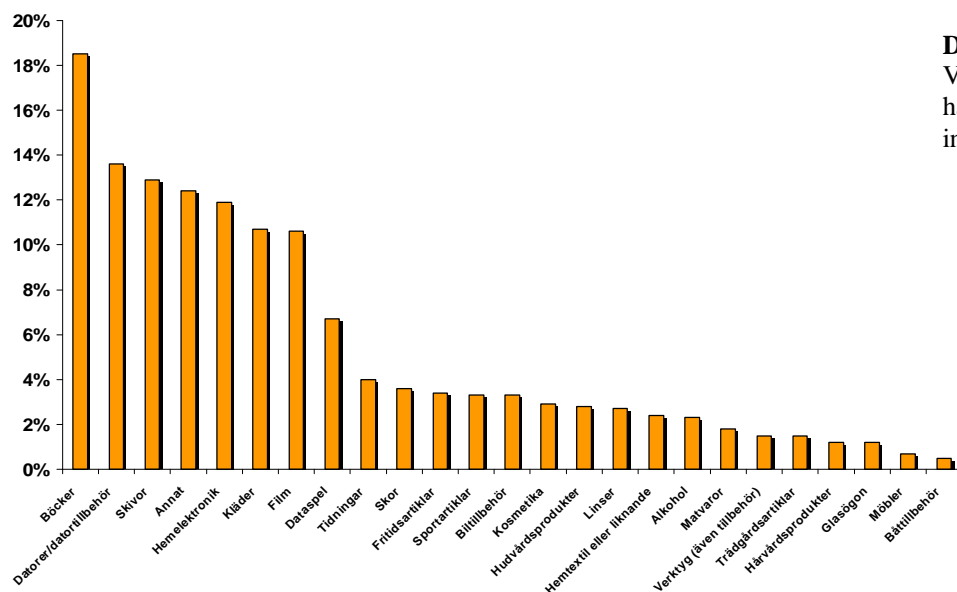


**Diagram 9:**

Tänk på det senaste internetköp du gjorde från en svensk sajt. Om du inte hade handlat från denna sajt, var hade du då med största sannolikhet gjort ditt köp i stället?

## Böcker vinnare

Det som främst handlas ifrån utländska internetsajter är böcker. 18,5 procent av de svarande har handlat böcker från utländska sajter under det senaste året. Även elektronik, CD-skivor, DVD-filmer och kläder är vanliga utlandsköp. Favoritprodukterna speglar relativt väl favoritprodukterna för e-handeln generellt.



**Diagram 10:**

Vilka slags varor har du handlat från utländska internetsajter?

## Kommentarer till e-barometern:

### Posten

E-handeln är idag ett mycket konkurrenskraftigt alternativ till den traditionella handeln. Allt fler svenskar handlar allt oftare varor via internet. Den starka tillväxten för e-handeln under förra året bidrog till en ökad aktivitet hos våra 1600 postombud. Under 2007 ökade totala antalet utlämnade paket och aviserade brev hos ombuden med 10 procent, säger Erik Olsson, vd och koncernchef för Posten.

### HUI

E-handels försäljning nådde under 2007 nya höjder. E-handelsföretagen har hittat sin roll, ofta som komplement till det bristande utbudet på konsumenternas lokala marknad. Bedömningen är att försäljningskanalen kommer att fortsätta att ta marknadsandelar av den traditionella handeln i många år till, säger Jonas Arnberg, HUI.