



E-handeln

i Norden 2012



Allt fler nordbor e-handlar varor allt oftare

Norden är en mycket spännande region för den som vill förstå de trender, krafter och kundbehov som driver utvecklingen när det gäller e-handeln. Vi i Norden är drygt 25 miljoner invånare och har en tätplats när det gäller digital utveckling. Flertalet nordbor har också en aktiv livsstil samt kunskap och resurser att förverkliga den med.

De senaste åren har utvecklingen varit tydlig: allt fler konsumenter i Norden handlar allt oftare varor på internet. Under 2011 e-handlade konsumenterna i Norden varor för 95 miljarder kronor. Allt fler väljer också att gå utanför det egna landets gränser för att få tillgång till ett större utbud och lägre priser.

Det här är en utveckling som vi inom PostNord har följt under en längre tid. De senaste åren har vi också lagt stor kraft på att bli den ledande aktören när det handlar om att skicka paket till, från och inom Norden. Vi har skapat en pakettjänst, MyPack, som gör att det oavsett land är lika enkelt att skicka ett paket inrikes som till kunder i de övriga nordiska länderna. Idag har vi också bäst nordiskt täckning då vi har fler utlämningsställen (4 400) än någon annan aktör och är ensamma om att leverera paket dagligen i hela Norden.

Det är nu fjärde gången vi presenterar en rapport om e-handeln med varor i Norden. Den kanske viktigaste insikten vi vill lyfta fram med rapporten är att e-handelskonsumenternas önskemål om korta leveranstider stegras. I samtliga fyra undersökta länder förväntar sig hälften av konsumenterna att deras vara ska levereras senast inom tre dagar.

Med en förhoppning om tankeväckande läsning!

Henrik Højsgaard
Affärsområdeschef
PostNord Logistik



Innehåll

E-handel för 95 miljarder i Norden	6
Allt fler nordbor e-handlar varje månad	7
Hemelektronik, böcker och kläder - toppar alla listor	8
Nätköpet är en sofistikerad köpprocess	9
Specifikt utbud och pris lockar till utlandsköp	10
Fyra av tio e-handlar från utlandet	11
Mobil e-handel är på frammarsch	12
 Svenskarna e-handlar varor för 31 miljarder	14
Tre av tio e-handlar från utlandet	15
 Danskarna e-handlar för 21 miljarder	16
Utbredd e-handel från utlandet	17
 Norrmännen lägger 25 miljarder på e-handel ...	18
Hälften e-handlar från utlandet	19
 Finsk e-handel värd 17 miljarder	20
En av tre e-handlar från utlandet	21
Appendix	22
Om PostNord	23

Om undersökningen

PostNord har under en följd av år genomfört studier av den nordiska e-handelsmarknaden under namnet "E-handeln i Norden" (tidigare "Distanshandeln i Norden"). Årets undersökning bygger på intervjuer i riksrepresentativa urval med 2 000 privatpersoner i Sverige och 1 000 i Danmark, Norge respektive Finland i åldrarna 18 - 79 år. Intervjuerna genomfördes 2 - 12 januari 2012. Undersökningen har genomförts med TNS SIFO:s internetpanel. Då vi i årets undersökning enbart har mätt handel av varor via internet, kan vi tyvärr inte jämföra resultaten med tidigare undersökningar.

E-handel definieras i detta sammanhang som köp av fysiska varor över internet. Det innebär att beställningar av tjänster (t ex resor och hotell) som sker via internet och nedladdningar (t ex musikfiler, filmer och applikationer) inte ingår i undersökningen.

Rapporten består av två delar. Den första är en nordisk jämförelse. Där ligger fokus på hur den genomsnittlige nordbon agerar och intressanta skillnader mellan länderna lyfts fram. I den andra delen redovisas de viktigaste resultaten per land.

Sammanfattning

E-handeln i Norden - på två minuter

Nordenmarknaden närmar sig 100 miljarder SEK

De nordiska konsumenterna e-handlade varor till ett värde motsvarande 95 miljarder kronor under 2011. Drygt åtta av tio nordbor e-handlade någon gång under fjolåret, i snitt spenderade de totalt 6 088 kronor vardera under året.

Enkelheten avgör för konsumenterna

De viktigaste motiven för konsumenterna i Norden att e-handla kan alla kopplas till begreppet "enkelhet" i någon form. Tre av tio konsumenter e-handlar varje månad. Marknaden växer, både tack vare att fler nordbor handlar allt oftare och att de handlar allt fler typer av produkter på nätet.

Tre produktkategorier dominerar men basen växer

Kategorierna böcker, hemelektronik samt kläder/skor återfinns överst på topplistorna i hela Norden. Traditioner, prispress och smidig distribution styr topplistas utseende. Men utbudet breddas ständigt, liksom konsumenternas känsla för vad som faktiskt kan köpas på internet.

Sverige är navet i den nordiska e-handeln

Flerparten konsumenter handlar helst från sajter i det egna landet. Fyra av tio nordbor handlade någon gång från utlandet förra året. Sverige är det enda landet i regionen som i någon verklig omfattning lockar e-handelskunder från de övriga nordiska länderna. Det vi nordbor inte hittar på hemmaplan (eller i Sverige) köper vi främst från Storbritannien, USA eller Tyskland.

Snabb leverans en konkurrensfördel

Varannan nordisk konsument förväntar sig leverans senast inom tre dagar när de handlar i det egna landet. Men både dessa och de övriga kundernas förväntningar överträffas ofta av de mest ambitiösa företagen som vet med sig att de kan leverera ännu snabbare.

Ökad e-handel med smarta telefoner

Alla nordbor utom finländarna tror att de kommer dubbla sin andel köp från mobilen under 2012. Nästan var tionde nordbo som e-handlar tror att de kommer att beställa varor med hjälp av sin mobil under året. Tack vare smarta mobiler kan kunderna handla precis när behovet uppstår. Men mobilerna skapar också utmaningar: vilka tekniska plattformar ska e-handelsföretagen satsa på?



Svenskar handlar från svenska sajter

Sverige har en utbredd e-handel, tack vare stolta traditioner från postordertiden och starka varumärken inom detaljhandeln. Svenskarna köpte varor på nätet för närmare 31 miljarder under 2011¹. Utbudet är brett och svenskarna upplever att det mesta finns att köpa på hemmaplan. De betalar helst med faktura eller via bank och flera av de stora detaljhandelsaktörerna ökade sin satsning på näthandel under fjolåret.

Danmark har de flitigaste e-konsumenterna

Hälften av alla danska 30-48-åringar e-handlar varor varje månad. Totalt gjorde danskarna e-handelsköp av varor för motsvarande 21 miljarder under 2011. Kortbetalningar är särklassigt störst som betalningsmedel tack vare Dankortets starka ställning. Danskarna är de nordbor som jämför priser i störst omfattning före köpet. Och numera e-handlar lika många danskar från Kina som från Sverige.

Norge präglas av sin prisnivå

I Norge är både inkomsterna och priserna höga jämfört med övriga Norden. Därför var också norrmännen de nordbor som i genomsnitt, räknat per individ, totalt sett spenderade mest pengar på e-handel under 2011. Allra högst ligger de norska männen som i genomsnitt, totalt under året, e-handlade varor för sammanlagt 11 034 kronor. Totalt e-handlade norska konsumenter för 25 miljarder i fjol, av detta stod männen för nästan dubbelt så mycket som kvinnorna. Hälften av norrmännen e-handlade från utlandet, troligen för att få riktigt stora e-handelsaktörer etablerade i landet men också för att undvika det höga kostnadsläget på hemmaplan. Oavsett var de e-handlar är kortbetalning det alternativ flest norrmän föredrar.

Finland är på väg ikapp

Det är fortfarande en något lägre andel som e-handlar i Finland jämfört med övriga Norden. Finländarna köpte ändå varor på nätet till ett värde av totalt 17 miljarder under 2011. Var fjärde finsk e-handelskonsument handlade någon gång från Sverige under fjolåret. Faktura eller att betala via sin nätbank är de populäraste betalningssätten bland finländare. Tre av tio finländare inleder sin e-handel med att titta i en katalog av något slag.

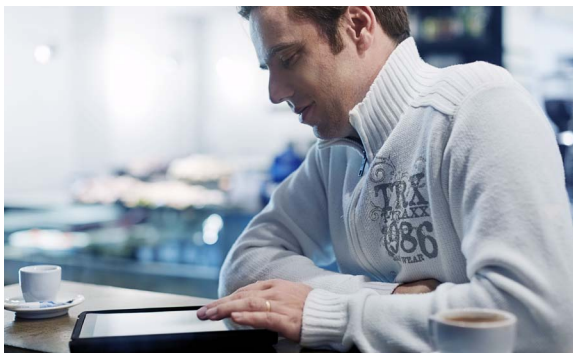
¹ Beloppen som redovisas i denna rapport avser konsumenternas e-handel av varor från både inhemska och utländska sajter

E-handel för 95 miljarder i Norden

E-handeln med varor har under en följd av år expanderat kraftigt i Norden. Sammanlagt handlade nordborna varor på internet från inhemska och utländska sajter för omkring 95 miljarder kronor under 2011²

E-handel - en del av vardagen

Drygt åtta av tio nordiska konsumenter e-handlade varor under 2011. En lika stor andel tror att de kommer att göra det under 2012. E-handel har blivit en självklar och allt viktigare del av de flesta nordbors vardag. Det främsta skälet, oavsett vem man frågar, för att välja nätet framför traditionell detaljhandel är motiv som på olika sätt knyter an till "enkelhet".

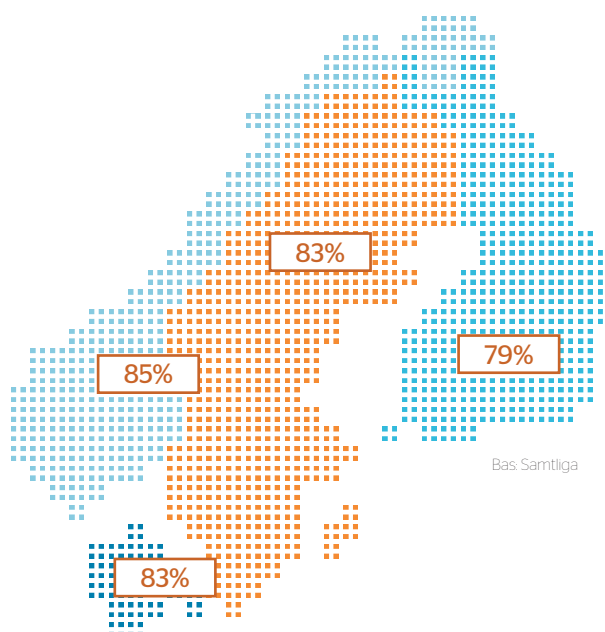


E-handeln med varor har expanderat kraftigt i Norden

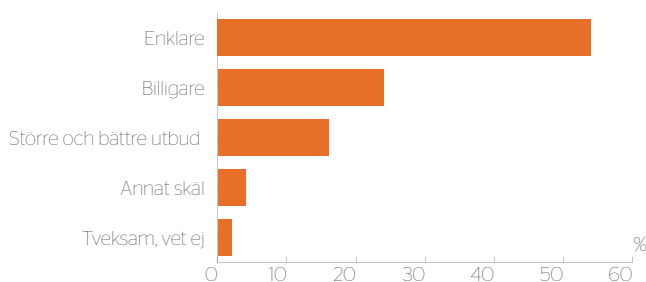
6 088 kronor på e-handel

Under 2011 spenderade de nordbor som e-handlar varor i genomsnitt 6 088 kronor per person. Mest lägger norrman, som i snitt handlar för 8 002 kronor per person förra året. Finländarna handlar för minst, i snitt 5 250 kronor per person

Andel som har e-handlat under året



Viktigaste fördelarna med att e-handla



² Beloppen som redovisas i denna rapport avser konsumenternas e-handel av varor från både inhemska och utländska sajter. Beräkningen redovisas på sidan 21.



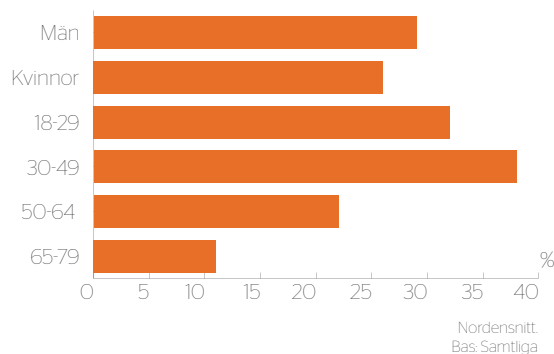
Allt fler nordbor e-handlar varje månad

15,5 miljoner konsumenter i Norden e-handlade under 2011

Mest utbredd är e-handeln bland 30-49-åringar. Bland danskar i den åldersgruppen är det nästan hälften som e-handlar varor varje månad. Motsvarande andel i Finland är knappt tre av tio. Sammantaget är det 5,2 miljoner nordbor som e-handlar varor varje månad. Under 2011 var det totalt 15,5 miljoner nordbor i åldrarna 18-79 år som någon gång e-handlade varor på nätet.

5,2 miljoner nordbor
e-handlar fysiska varor
varje månad

Andel som e-handlar varje månad



Hemelektronik, böcker och kläder – toppar alla listor

Topplistan över vilka tre varor som nordbor e-handlar mest ser likadan ut oavsett land: böcker, hemelektronik och kläder/skor

Böcker – som gjorda för e-handel

Ordningen på topplistan varierar mellan länderna. I Sverige toppar böcker som 49 procent av dem som e-handlar har köpt. I de tre övriga länderna toppas listorna av hemelektronik, dit även datorer och datatillbehör räknas. Hälften av alla norrmän och danskar som e-handlar har köpt hemelektronik medan motsvarande andel bland finländarna är fyra av tio.

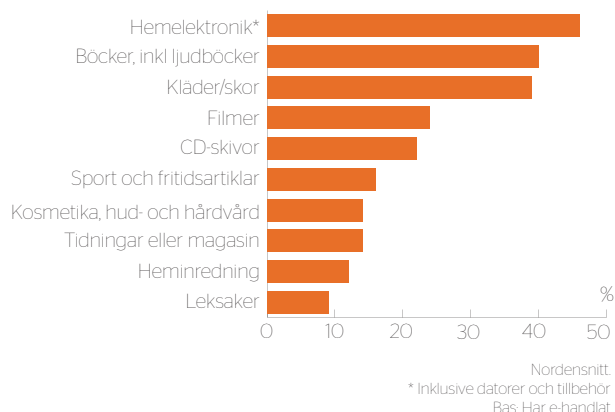
De varugrupper som toppar har alla varit med överst på listan sedan e-handelsnns begynnelse. Kläder/skor exempelvis har sitt ursprung i den traditionella postorderhandeln. Det innebar dels att det fanns en kundstock med vana att handla varor på distans, dels att det fanns företag med välutvecklade logistiksystem och kapacitet att hantera både varuflödena och kundservicen.

Med priset i fokus

Hemelektronik är en bransch där konkurrensen är hård och priset har stor betydelse eftersom samma eller likvärdiga varor säljs hos flera aktörer. Via jämförelsesajter blir prisbilden överskådlig på ett ögonblick för kunden. Detta leder till stark prispress eftersom konsumenterna har fördelen av att de enkelt kan överblicka hela marknaden.

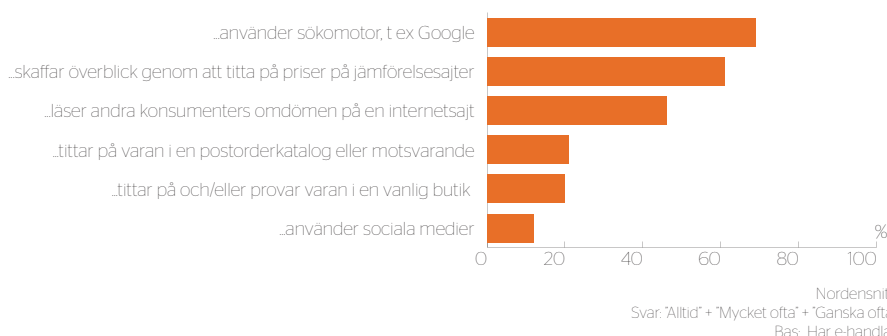
Böcker passar perfekt för e-handel, formatet gör att brevbäraren i allmänhet kan leverera dem ända hem till kunderna. Många bokhandlare var också tidigt ute när e-handeln växte fram och erbjöd tilltalande sajter i kombination med smarta lager- och distributionslösningar

10 i topp varor att e-handla



Nätköpet är en sofistikerad köpprocess

När du ska köpa en vara via internet, hur ofta händer det att du först... ?



Köpet på nätet är en sofistikerad process och sker för de flesta nordbor i flera steg. Vanligast är att först använda sökmotorer som Google, vilket sju av tio gör innan de e-handlar

Vem har bästa erbjudandet?

Nästan lika vanligt som sökmotorer är att använda jämförelsesajter. Sex av tio nordbor som ska e-handla gör det. Även här toppar danskarna medan finländarna ligger i botten. En möjlig tolkning av detta är att eftersom de danska e-handelskonsumenterna handlar oftare, är de också mer vana och har mer utvecklade rutiner för sina e-handelsköp. En annan aspekt är att danskarna i större utsträckning än finländarna anger pris som främsta drivkraft för att handla varor på nätet.

Kataloger är en uppskattad källa

Två av tio nordbor använder kataloger inför sitt nätköp. Särskilt utbredd är denna vana i Finland där tre av tio e-handelskonsumenter tittar i kataloger innan de handlar på nätet.

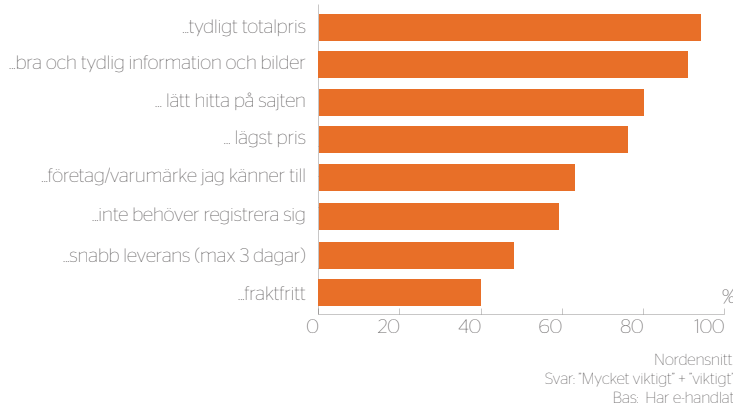
Tydligt totalpris är en hygienfaktor

När nordborna får bedöma ett antal faktorer och deras betydelse för viljan att e-handla från en sajt, framträder ett distinkt mönster. Ett tydligt totalpris, klagörande fakta och informativa bilder är att betrakta som hygienfaktorer.

Vinnande valfrihet

Frågan om registrering (att man som kund måste skapa en profil med lösenord etc. för att kunna handla) eller inte är en vattendelare. Sex av tio tillfrågade konsumenter anser att det är viktigt att kunna slippa detta moment. Kloka e-handelsföretag gör sannolikt bäst i att låta kunderna välja om de vill ha en profil eller inte. Speciellt som "krångel" lätt leder till avbrutna köp.

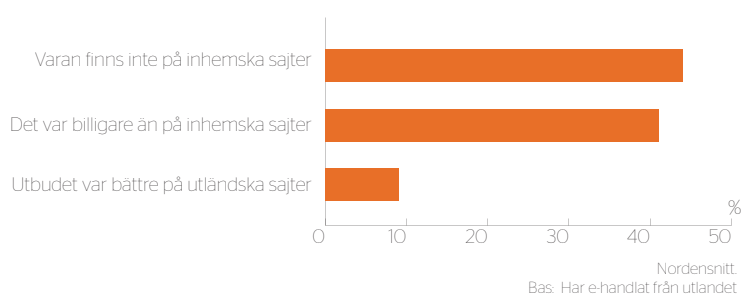
Hur viktiga är följande egenskaper för att du ska vilja handla varor från en sajt?



Snabba leveranser (inom tre dagar) är viktigt för hälften av alla e-handlande nordbor. Här finns en uppenbar möjlighet för målmedvetna e-handelsföretag att faktiskt överträffa kundernas förväntningar

Specifikt utbud och pris lockar till utlandsköp

Främsta anledningarna att e-handla från utlandet



Det främsta skälet för att e-handla en vara från utlandet är att den inte finns att köpa på inhemska sajter. Särskilt vanligt är detta bland svenskar som handlar från utlandet. Där pekar hälften på detta motiv

Målmedvetna utlandsköp

Enbart nio procent av konsumenterna anger ett bättre utbud som skäl för att handla från utländska sajter. Detta kan tolkas som att nordborna söker sig till utlandet för att köpa en specifik märkesvara snarare än att nå ett generellt bredare utbud.

Det näst vanligaste skälet för att handla varor från utländska sajter är lägre pris, vilket fyra av tio utlandshandlande nordbor pekar på. Mest framträdande som motiv är prisfaktorn bland danska e-handelskonsumenter där nästan varannan, 48 procent, anger det motivet.

Inhemska sajter möter ofta behoven

I Danmark anger fyra av tio att de inte behöver vända sig till utländska sajter eftersom deras behov täcks av det inhemska utbudet. Var tionde nordbo lyfter fram risken för att bli lurad som skäl för att avstå från utlandsköp.

Utlandsköp - möjlighet eller risk

Att var tionde känner osäkerhet beträffande utlandsköp kan betraktas ur olika perspektiv. Majoriteten känner uppenbarligen tilltro till e-handel även från utlandet. Å andra sidan utgör rädslan för att bli lurad fortfarande en återhållande faktor för vissa konsumenter.

Främsta anledningarna att inte e-handla från utlandet



Det vanligaste skälet för att inte handla från utländska e-handelföretag bland nordbor är att det man söker finns på inhemska sajter. Nästan tre av tio pekar på detta

Fyra av tio e-handlar från utlandet

Utlandsköpen är en viktig del av nordbornas e-handel. Fyra av tio har e-handlat från ett annat land under det senaste året.

Norrmän e-handlar billigt utomlands

Mest utbredda är utlandsköpen i Norge. Där har drygt hälften av de e-handlande konsumenterna köpt varor från utlandet under det senaste året. En möjlig förklaring till detta är det höga kostnadsläget i Norge, i kombination med att få riktigt stora e-handelsaktörer är etablerade på den norska marknaden.

Sverige har den lägsta andelen konsumenter som har köpt från utlandet, tre av tio. Detta beror sannolikt på att den svenska e-handelsmarknaden tidigt togs om hand av stora postorder- och detaljhandelsaktörer som har klarat att utveckla lösningar på hemmaplan som möter konsumenternas behov.

Noterbart är att allt fler nordbor e-handlar direkt från Kina. Drygt en av tio (13 %) har köpt varor därifrån under det senaste året

Sverige är navet i nordisk e-handel

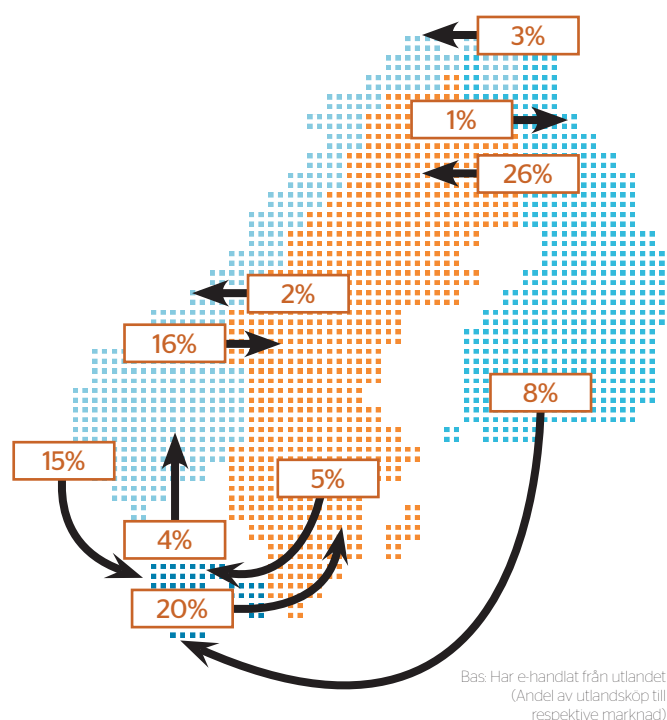
Tittar man specifikt på den inomnordiska handeln framträder en tydlig bild där Sverige utgör ett nav i den nordiska e-handeln. Att starka, svenska aktörer inom konfektion och heminredning på senare år har ökat sin närvaro på nätet kan ha bidragit till detta.

De vanligaste länderna att göra utlands-köp på nätet från är Storbritannien (57 %), USA (44%) och Tyskland (29%)

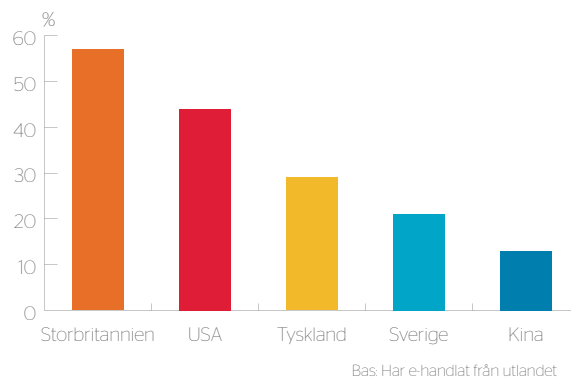
Böcker toppar även utlandsköpen

De vanligaste varorna för nordbor i allmänhet att köpa från utlandet är, precis som när de e-handlar på hemmaplan, böcker, hemelektronik och kläder/skor. Att allt fler allt oftare väljer att läsa litteratur på engelska i stället för att vänta på en lokal översättning kan vara en bidragande faktor till böckernas fortsatt starka ställning.

E-handelsströmmar inom Norden



Nordbornas favoritmarknader för utlandsköp



Mobil e-handel är på frammarsch

E-handel via mobiltelefonen – m-commerce – har varit ett hett ämne i branschen under ett antal år. I takt med att allt fler skaffar så kallade smartphones skapas bättre förutsättningar för m-commerce än tidigare. Något som kan komma att driva på utvecklingen ytterligare är nya betallosningar som är kopplade till mobilen.

Tjänster kan köpas med mobilen, varor köps främst med datorn

Mobilen har hittills framförallt använts för att köpa tjänster och nedladdningar. Det visar exempelvis danska FDIH:s rapport³ där andelen som har handlat via mobilen är 13 procent tack vare att även tjänster räknas in. Köp via mobilen växer starkt inte minst i USA, men volymandelen av den totala e-handeln, inklusive tjänster och resor, spås ändå inte vara större än 4 procent 2013.

De som är early adopters och går i täten när det gäller m-commerce befinner sig åldersmässigt i spannet 18 - 49 år. Av dem tror 14 procent att de någon gång kommer att använda sin mobil för att e-handla varor med under det kommande året.

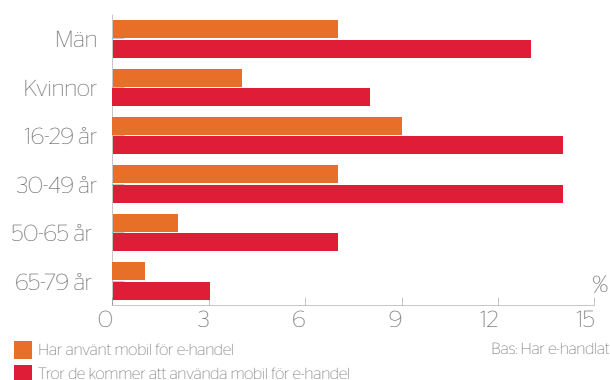


De som går i täten när det gäller m-commerce befinner sig åldersmässigt i spannet 18 - 49 år

Var tionde nordbo som e-handlar tror att de kommer att använda sin mobil att e-handla varor med under året. Det skulle innebära en fördubblad användning på bara ett år



Har du någon gång använt respektive tror du att du någon gång kommer att använda mobiltelefonen för att e-handla?



³ Dansk e-handelsanalyse, Forbrugerstatistik, Årsrapport 2011, FDIH

Norden land för land



Svenskarna e-handlar varor för 31 miljarder

Fler än åtta av tio svenskar e-handlade under 2011. Mest utbredd var e-handeln i åldersgruppen 18 - 29 år där 95 procent handlade varor via nätet.

Nästan tre av tio e-handlar varje månad. Vanligast är det i åldersgruppen 30 - 49 år där andelen är 36 procent.

E-handeln fortsätter sin expansion

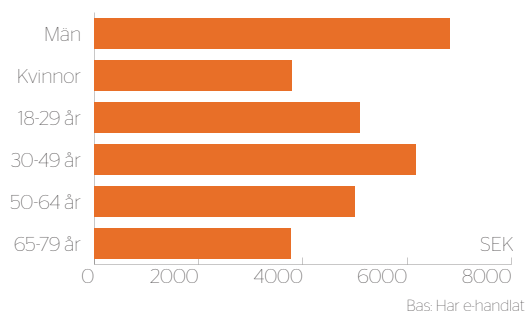
De e-handlande svenskarna spenderade i genomsnitt 5 317 kronor på varor via nätet 2011. Totalt e-handlade svenska konsumenter varor från inhemska⁴ och utländska sajter för 31 miljarder kronor under fjolåret. Män köpte mest, i genomsnitt handlade de för totalt 6 811 kronor under 2011 enligt sina egna uppskattningar.

Männens favoritvaror finns inom kategorin hemelektronik, sex av tio har köpt något inom denna kategori. Kvinnor e-handlar helst böcker. Nästan sex av tio kvinnor har handlat böcker på nätet

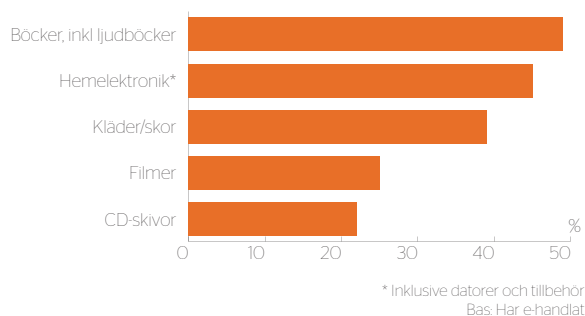
Söka, jämföra - och snabb leverans

Svenskarnas e-handelsköp sker i flera steg. Vanligast är att använda sökmotorer och jämförelsesajter. Det gör omkring sju av tio. Två av tio använder också olika slags kataloger innan köpet. Hälften förväntar sig alltid leverans inom tre dagar. Eftersom många i praktiken kan leverera ännu snabbare, finns det potential för målmedvetna nätföretag att överträffa kundernas förväntningar.

Svenskars medelköp, SEK, totalt



Topp fem varor att e-handla i Sverige



De vanligaste varorna att e-handla är böcker (49%), hemelektronik (45%) och kläder/skor (39%)

⁴ Enligt E-barometern som ges ut av Posten, HUI och Svensk Distanshandeln omsatte de svenska e-handelsföretagen förra året 27,7 miljarder kronor.

Tre av tio e-handlar från utlandet

Svenskarna är de nordbor som i störst utsträckning handlar från inhemska sajter. Endast tre av tio handlar från utländska sajter. Vanligast är det bland 18-29-åringar där fyra av tio handlar från utlandet

Kraftig tillväxt för mobil e-handel att vänta

5 procent av de svenska e-handelskonsumenterna uppger att de använde sin mobiltelefon för att e-handla varor under 2011. Dubbelt så många tror samtidigt att de kommer att använda mobilen för att distanshandla varor i år. E-handelsföretagen rustar för att möta denna förändring. Redan i en undersökning⁵ utförd för mer än ett år sedan uppgav 45 procent av de medverkande svenska e-handelsföretagen att de hade gjort någon form av anpassning av sin webbplats för att den skulle fungera bättre ihop med mobilsurfande.

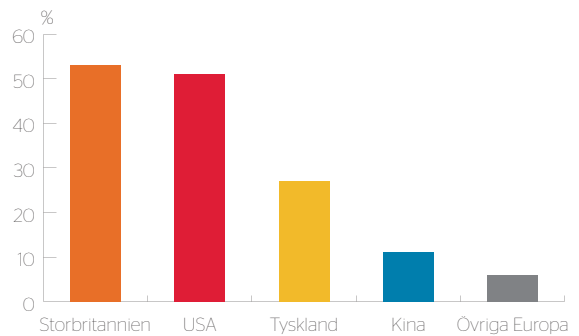
Fakturan favorit när varorna ska betalas

Svenska e-handelskonsumenter betalar helst sina köp med faktura i efterhand. Fyra av tio föredrar detta sätt. Näst vanligast är direktbetalning via den egna banken, ett alternativ som drygt en av fyra föredrar. På tredje plats kommer kontokort, ett betalningssätt som nästan lika många föredrar som banklösningen.



Svenska e-handelskonsumenter betalar helst med faktura

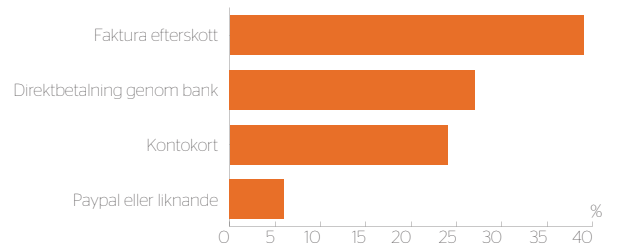
Svenskarnas favoritmarknader för utlandsköp



Bas: Har e-handlat från utlandet

De utlandsmarknader flest svenskar köper från är Storbritannien (53%), USA (51%) och Tyskland (27%). Köpen från företag som är baserade i de nordiska grannländerna är mycket begränsade

Föredragna betalningssätt vid e-handel



Bas: Har e-handlat (ett alternativ kan väljas)

⁵ Enligt E-barometern Q4 2010, som gavs ut av Posten, HUI och Svensk Distanshandel.

Danskarna e-handlar för 21 miljarder

Danskarna är de flitigaste e-konsumenterna

De e-handlande danskarna köpte i snitt varor på nätet för totalt 6 236 kronor vardera, vilket innebär att de totalt köpte varor från inhemska och utländska sajter för omkring 21 miljarder kronor. Störst belopp spenderade åldersgruppen 30 - 49 år med köp för i genomsnitt 7 691 kronor totalt under året.

Drygt åtta av tio danskar handlade varor på internet under 2011. Nästan nio av tio tror att de kommer att e-handla under 2012

Danska män svaga för hemelektronik

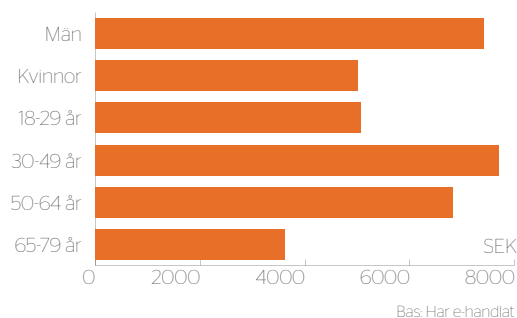
Männen är klart överrepresenterade bland de danska hemelektronikköparna. Nästan sex av tio män har köpt något på nätet ur denna varugrupp. Kvinnornas favoritvara är kläder/skor som 54 procent har e-handlat.

Hemelektronikprodukter var de vanligaste varorna att e-handla (48%), före kläder/skor (41 %) och böcker (34 %)

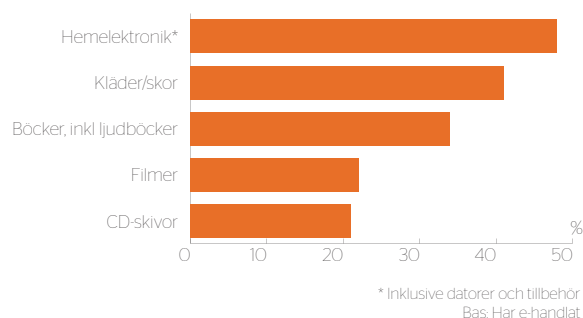
Rutinerade danskar söker och jämför

Sökmotorer är danskarnas viktigaste verktyg inför nätköpet. Åtta av tio använder sådana, två av tre använder jämförelsesajter. Bland danskarna är det två av tre som förväntar sig att en vara de har beställt från en inhemsk sajt ska levereras inom tre dagar. En förklaring till detta är sannolikt att danskar är vana att få beställda varor levererade ända hem.

Danskarnas medelköp, SEK, totalt



Topp fem varor att e-handla i Danmark



Fler än tre av tio danskar e-handlar varor varje månad. Mest utbrett är det i åldersgruppen 30 - 49 år där nästan hälften (48 procent) handlar varor på nätet varje månad

Utbredd e-handel från utlandet

Drygt fyra av tio danskar som e-handlar har köpt varor från utländska sajter under 2011

Danskarna e-handlar i öst och i väst

Storbritannien är tveklöst danskarnas favorit när det gäller utlandsköp på internet. Av dem som e-handlar från utlandet har nästan två av tre handlat från öriket. På andra plats kommer Tyskland (35 %) före USA (27%).

Mobil e-handel rycker fram i Danmark

Sju procent av danskarna använde sin mobil att e-handla varor med under det gångna året. Det är dock mycket som talar för att denna siffra kommer att öka kraftigt under 2012. 15 procent av de e-handlande danskarna räknar med att de kommer att använda mobilen för att handla varor i år. En intressant jämförelse är de resultat som redovisades i Dansk e-handelsanalyse 2011⁶, den pekade på en fördubblad mobilhandel.

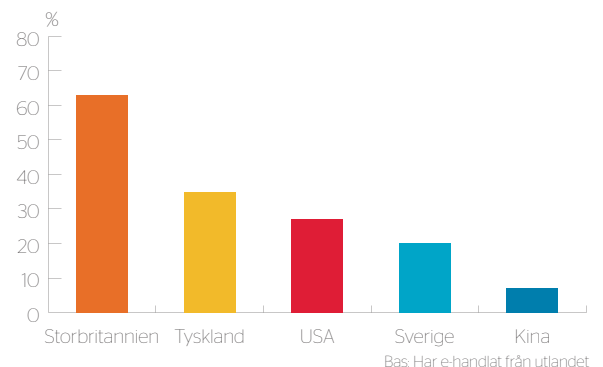
Dankort i ensamt majestät

Danskar föredrar att betala med kort, förklaringen ligger i den mycket starka ställning som det inhemska Dankort har. I andra hand föredras direktbetalning genom den egna banken, vilket en av tio väljer. Faktura i efterskott, PayPal eller motsvarande betalningslösningar är det bara ett fåtal som föredrar.



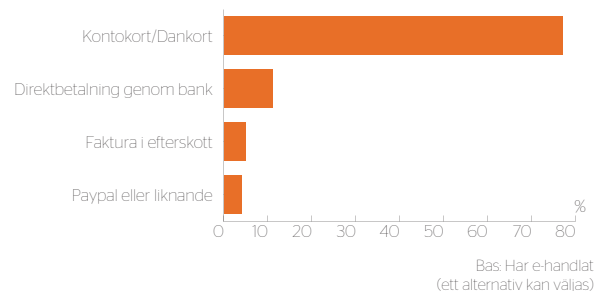
51 procent av de danska e-konsumenterna har köpt hemelektronik 2011

Danskarnas favoritmarknader för utlandsköp



När danska e-handelskonsumenter får frågan vilket betalningssätt de föredrar är svaret givet: nästan åtta av tio föredrar kontokort

Föredragna betalningssätt vid e-handel



⁶ Dansk e-handelsanalyse, Forbrugerstatistik, Årsrapport 2011, FDIH

Norrmännen lägger 25 miljarder på e-handel

Norrmännen spenderar mest

De norrmän som e-handlar köpte, sammanlagt under året och per person, i snitt varor för motsvarande 8 278 svenska kronor på nätet under 2011. Norrmän e-handlade sammanlagt varor till ett värde av 25 miljarder svenska kronor under fjolåret. Mest utbredd var e-handeln av varor bland norska män. I genomsnitt e-köpte de, totalt under året, varor för inte mindre än 11 034 kronor, mer än dubbelt så mycket som norska kvinnor i snitt spenderade (5 360 SEK).

Hemelektronik favorit bland norska män

De vanligaste varorna att handla på nätet också bland norrmän återfinns i kategorin hemelektronik som 51 procent har e-handlat. På delad andraplats kommer böcker respektive kläder/skor med 38 procent vardera.

Norska män är tydligt överrepresenterade bland köpare på nätet av hemelektronik (62 %). Motsvarande andel bland de norska kvinnorna är 38 procent. Kvinnornas favoritvara på internet är istället kläder/skor som 51 procent har köpt.

Söka och jämföra, på nätet och i kataloger

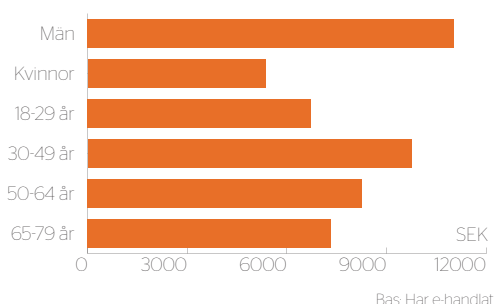
Nästan två av tre norrmän som e-handlar använder en sökmotor inför köpet. En nästan lika stor andel utnyttjar jämförelsesajter. Två av fem läser någon form av katalog innan de handlar.

Snabba leveranser en vinnare

Fyra av tio förväntar sig att en vara de har beställt från en inhemsk sajt ska dyka upp inom tre dagar. Här har drivna e-handelsföretag med effektiva logistikrutiner chansen att överträffa kundernas förväntningar eftersom flertalet kunder torde bli positivt överraskade om varan levereras snabbare än de trodde att den skulle göra.

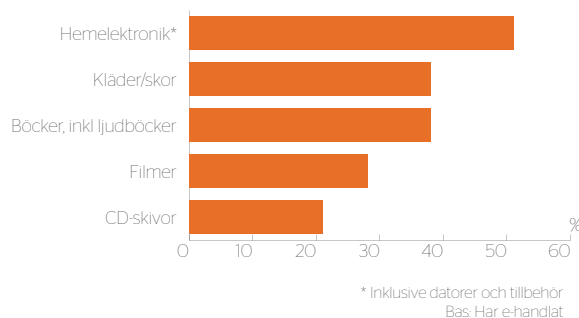
De flesta norrmän, 85 procent, har e-handlat varor under fjolåret. En lika stor andel tror att de kommer att göra det också under 2012

Norrmännens medelköp, SEK, totalt



Tre av tio norrmän handlar varor på nätet varje månad. Mest utbredd är handeln i åldersgruppen 30 - 49 år där fyra av tio köper från e-handelssajter varje månad

Topp fem varor att e-handla i Norge



Hälften e-handlar från utlandet

Fler e-handlar från Kina än från Sverige

Storbritannien är den främsta utlandsmarknaden, 60 procent av de norrmän som e-handlar från utlandet har köpt något därifrån. På andra plats kommer USA som drygt hälften har e-handlat från. Intressant att notera är att Kina är den tredje vanligaste utlandsmarknaden för norska e-handelskonsumenter, två av tio har handlat därifrån. Svenska sajter har den nordiska tätplatsen bland utlandshandlande norrmän, 16 procent har köpt varor från Sverige.

Kraftig ökning av mobil e-handel på väg

E-handeln via mobiltelefoner är fortfarande en relativt begränsad företeelse bland norska konsumenter. 6 procent använde någon gång mobilen för att handla varor under 2011.

Tecken tyder dock på att e-handeln via mobiltelefoner står inför ett uppsving också i Norge. 10 procent av e-handelskonsumenterna uppger att de kommer att e-handla med mobilen under 2012.

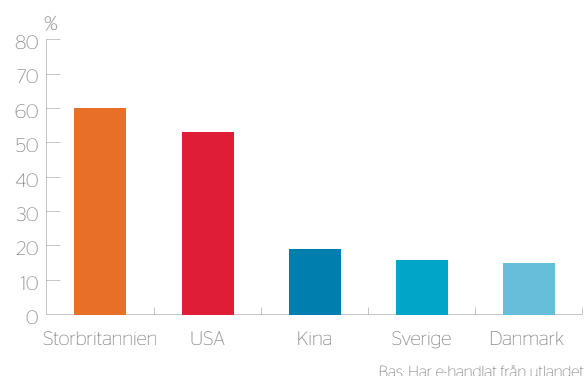
Kontokort är populärast

När norrmännen väljer hur de helst vill betala varor de har köpt på nätet är alternativet kontokort mest attraktivt. Sex av tio föredrar kortbetalning. På andra plats kommer faktura i efterskott som nästan två av tio väljer. Drygt en av tio föredrar PayPal eller liknande betalningsätt medan direktbetalning via bank hamnar på fjärde plats med tio procents andel.



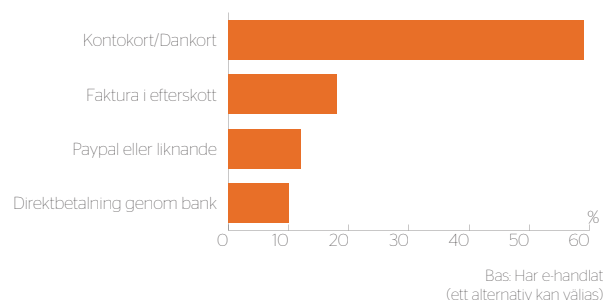
Ombudsnät med hög servicegrad driver e-handeln

Normmännens favoritmarknader för utlandsköp



Handeln från utländska sajter är mycket utbredd bland norska e-handelskonsumenter. Drygt hälften uppger att de har e-handlat från utlandet under 2011

Föredragna betalningssätt vid e-handel



Finsk e-handel värd 17 miljarder

På väg ikapp men inte riktigt framme

Den finländska e-handeln är på väg att ta ikapp övriga Norden när det gäller frekvens och volym. Två av tio finländare köper varor på nätet varje månad, mest frekvent handlar åldersgruppen 30 - 49 år där nästan tre av tio e-handlar varje månad.

I snitt handlade finländarna på nätet för totalt 5 328 kronor per individ under 2011. Det innebär att e-handeln med varor totalt uppgick till 17 miljarder kronor. Män var den kategori som i genomsnitt lade mest pengar på sina köp, 6 745 kronor totalt under året. Det kan jämföras med finländska kvinnor som i snitt spenderade 4 018 kronor via nätet.

Hemelektronik och kläder i topp

De två vanligaste varugrupperna bland finländare att handla på nätet är hemelektronik och kläder/skor. Fyra av tio som e-handlar har köpt någon av dessa varor. På tredje plats kommer böcker som en av tre har e-handlat.

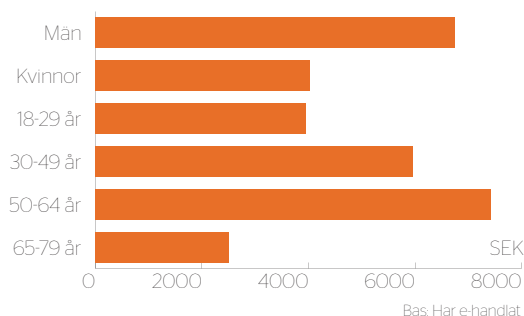
Även i Finland är det männen som dominerar när det gäller att köpa hemelektronik. Nästan varannan man har köpt något ur denna kategori. Kvinnorna är i stället i majoritet när det gäller köp av kläder/skor, drygt hälften av dem har e-handlat produkter ur de varugrupperna.

Tre av tio använder kataloger i Finland

Sökmotorer och jämförelsesajter är de verktyg finländarna rankar högst. Tre av tio använder postorderkataloger eller motsvarande innan de e-handlar.

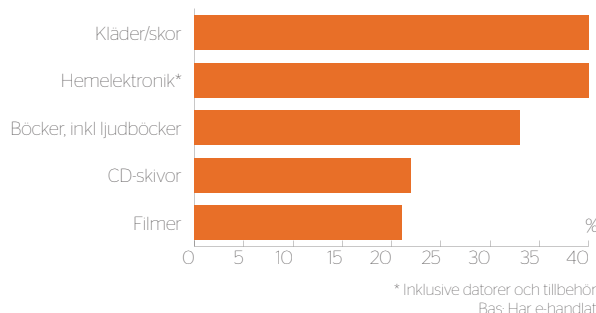
Fyra av tio finländare förväntar sig leverans inom tre dagar vid köp från en inhemsk sajt. Effektiva logistiksystem har successivt ökat förväntningarna på korta leveranstider och de finländska konsumenterna utgör inget undantag.

Finländarnas medelköp, SEK, totalt



Att e-handla varor är numera en naturlig del av de flesta finländares vardag. Åtta av tio e-handlade varor under 2011 och drygt sju av tio tror att de kommer att göra det under 2012

Topp fem varor att e-handla i Finland



En av tre e-handlar från utlandet

Näst vanligaste utlandsmarknaden bland dem som e-handlar från utlandet är USA som drygt fyra av tio har handlat från. Nästan lika många har köpt varor från tyska sajter

Sverige är en viktig marknad för många finländare som e-handlar, kanske för att många är bekväma med språket. En av fyra finländare som e-handlar har köpt varor från en svensk sajt.

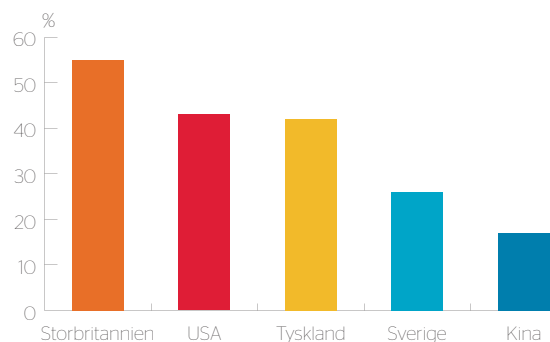
Mobil e-handel - väntar på genombrottet

Av de finländare som e-handlar har 4 procent använt mobilen i detta syfte under 2011. Under 2012 kan en betydande ökning väntas, 6 procent svarar att de tror att de kommer att e-handla via mobilen under året. Finland ligger därmed några snäpp efter övriga Norden när det gäller ett verkligt genombrott för så kallad m-commerce.

Faktura och direktbetalning är favoriter

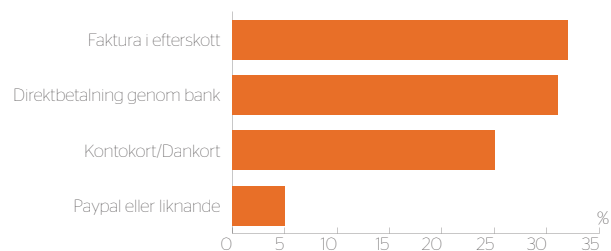
När de finska e-handelskonsumenterna ska ranka vilket betalningssätt de föredrar väljer en tredjedel faktura i efterskott. En lika stor andel föredrar att kunna direktbetala nätköpet via sin bank. Var fjärde föredrar konto- eller kreditkortsbetalning. Endast en på tjugo föredrar PayPal eller motsvarande betalningslösningar, vilket är unikt lågt för nordiska förhållanden.

Finländarnas favoritmarknader för utlandsköp



Bas: Har e-handlat från utlandet

Föredragna betalningssätt vid e-handel



Bas: Har e-handlat
(ett alternativ kan väljas)



Var tredje finländare som e-handlar har också e-handlat från utlandet. Vanligast är att e-handla från Storbritannien, något som fler än hälften av de som e-handlar från utlandet har gjort under 2011

Appendix

Nedan redovisas hur det angivna totala värdet av den nordiska e-handelsmarknaden har beräknats av PostNord. Växelkursen som har använts för att räkna om till svenska kronor är hämtad från den 1 januari 2012.

Totalköp = Befolkningsmängd × Andel som e-handlat × Medelköp

1. Befolkningsmängd i de nordiska länderna				
Land	Befolkningsmängd	Ålder	Datum	Källa
Sverige	6 999 572	18-79	December 2010	scb.se
Danmark	4 147 864	18-79	Januari 2012	statistikbanken.dk
Norge	3 584 778	18-79	December 2010	ssb.no
Finland	4 035 068	18-79	December 2010	tilastokeskus.fi
2. Andel som har e-handlat det senaste året (18-79 år)				
Land	Fråga: Har du handlat varor på internet det senaste året?			
Sverige	83%			
Danmark	83%			
Norge	85%			
Finland	79%			
3. Medelköp per land				
Land	Lokal valuta	Kurs (1 jan 2012)	SEK	
Sverige	5317			
Danmark	5197	1,2	6236,4	
Norge	6898	1,2	8277,6	
Finland	598	8,91	5328,18	
4. Totalköp per land i SEK				
Land				
Sverige	30 889 881 188,92			
Danmark	21 470 223 411,17			
Norge	25 222 354 616,88			
Finland	16 984 659 206,83			
SUMMA	94 567 118 423,80			

Om PostNord

PostNord levererar kommunikations- och logistiklösningar i världsklass till företag och privatpersoner i Norden. När någonting ska sändas till, från eller inom Norden ska PostNord vara förstahandsvalet - och samtidigt det miljöriktiga valet - oavsett om det handlar om brev eller paket.

PostNord bildades 2009 genom samgåendet mellan Post Danmark A/S och Posten AB. Koncernen har en omsättning på cirka 40 miljarder SEK och cirka 40 000 medarbetare. Verksamheten bedrivs i affärsområdena Breve Danmark, Meddelande Sverige samt Logistik, samt i Strålfors.

- PostNord har en unik infrastruktur för kommunikations- och logistik tjänster till, från och inom Norden
- PostNord förmedlar varje arbetsdag cirka 29 miljoner försändelser med en kvalitet i världsklass
- PostNord har 12 000 brevbärare i Sverige och 11 000 i Danmark
- PostNord har cirka 4 400 paketutlämningsställen med generösa öppettider i Sverige, Danmark, Finland och Norge
- PostNord har cirka 1 600 postombud i Sverige samt cirka 820 Posthuse, Postbutikker och butiker med postfunktion i Danmark

Kontaktuppgifter PostNord AB

105 00 Stockholm,
Besöksadress: Terminalvägen 24, Solna
Tel +46 10 436 00 00

Tietgensgade 37,
1566 København V, Danmark
Tel +45 33 61 00 00
www.postnord.com

Kontaktpersoner

Arne Andersson (Sverige)
E-post: arne.b.andersson@posten.se
Tel: +46 10 436 56 80

Kurt Madsen (Danmark)
E-post: kurt.madsen@post.dk
Tel: +45 33 61 48 30

Bjørn Thorvaldsen (Norge)
E-post: bth@tollpost.no
Tel: +47 91 82 34 39

Jari Ketola (Finland)
E-post: jari.ketola@postenlogistik.com
Tel: + 35 8 400490049

Fotografer

Omslag: Hans Carlén
Paulina Westerlind, Hans Carlén och Johnér

