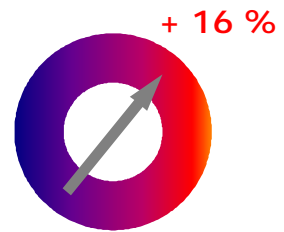


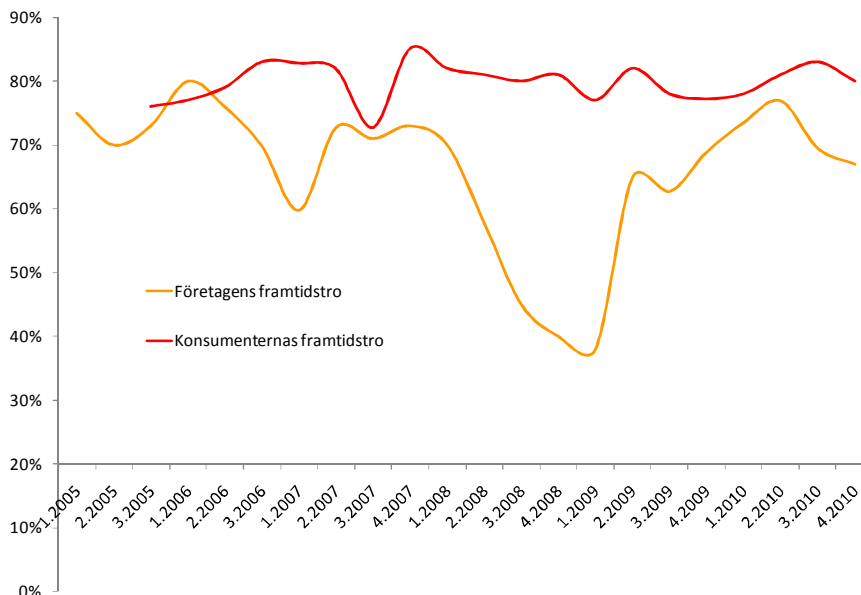
e-barometern



Q4 2010

Stark avslutning på e-handelsåret 2010

Postens och HUI:s e-barometer visar att e-handels försäljning steg med 15,6 procent under 2010 års sista kvartal. Det är den starkaste tillväxten sedan början av 2008, strax innan finanskrisen kylde av ekonomin. E-handeln har generellt klarat krisen bra och bedömningen är att lågkonjunktens klimat, med prisedvetna konsumenter, har gynnats och kommer även framöver att gynna e-handels utveckling. Konsumenternas framtidstro är på topp och 80 procent planerar att handla varor på internet under det kommande halvåret. Bland företagen ligger framtidstron något lägre än senast inför julen, men fortfarande på en hög nivå.



Konsumenternas framtidstro:

Kommer du att handla över internet under det närmaste halvåret?

Företagens framtidstro:

Tror du att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret?

- **E-handels försäljning steg under fjärde kvartalet 2010 med 15,6 procent jämfört med fjärde kvartalet 2009.**
- **Omsättningen 2010 uppgick till 25 miljarder kronor, vilket är en ökning med 13,1 procent sedan 2009.**
- **E-handeln utgör idag cirka 4,6 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.**
- **Allt fler konsumenter e-handlar allt oftare. 43 procent e-handlar minst en gång i månaden, en ökning med sju procentenheter sedan fjärde kvartalet 2009.**
- **E-handelsköpen via mobiltelefon har nästan fördubblats på ett år och 3 av 10 konsumenter kan tänka sig att handla på nätet via mobiltelefonen. Av de konsumenter som har en smartphone har 19 procent någon gång handlat varor via sin mobiltelefon**
- **23 procent av företagen har i stor eller relativt stor utsträckning anpassat sina webbplatser för att underlätta för kunderna att handla varor via sina mobiltelefoner. Det är en ökning med sju procentenheter sedan förra mätningen för ett år sedan.**

Om undersökningen

AB Handels Utredningsinstitut (HUI) följer tillsammans med Posten AB och Svensk Distanshandel den svenska detaljhandels utveckling inom e-handeln. Informationen till aktuell e-barometer har samlats in under januari månad 2011 och bygger på ett urval av cirka 1500 företag med försäljning över internet. Vidare har även en konsumentundersökning via internet (Cint) baserad på 1000 stycken respondenter genomförts under januari månad 2011. Med konsumenter avses privatpersoner med internetuppkoppling. Frågor kring e-barometern besvaras av Postens e-handelsexpert Arne Andersson via Posten Norden Medierelationer, 08-231010 eller Jonas Arnberg, HUI, 08-762 72 90 och Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85.

Företagens försäljningsutveckling

Det blev ett kraftfullt rekord för julhandeln på internet. Det sista kvartalets försäljningstillväxt var starkare än den under 2010 års tre tidigare kvartal och årets viktigaste försäljningsperiod fick därmed också den starkaste utvecklingen. Bakom det sista kvartalets uppgång ligger inte bara en allmän återhämtning i ekonomin i stort utan också e-handels allt mer attraktiva erbjudande och att konsumenterna känner sig trygga och litar på att e-handlade paket kommer fram i god tid före julafton.

E-handels omsättning uppgick under 2010 till 25,0 miljarder kronor, en tillväxt med 13,1 procent sedan 2009. Förklaringarna till den starka tillväxten är flera. För det första använder allt fler företag och konsumenter internet. För det andra ökar konsumentens e-mognad ständigt, allt fler handlar och dessutom allt oftare. För det tredje är konsumenten prismedveten efter lågkonjunkturen och uppskattar att e-handeln ofta erbjuder konkurrenskraftiga priser och möjlighet för konsumenten att informera sig i syfte att åstadkomma en bra affär med värde för pengarna.

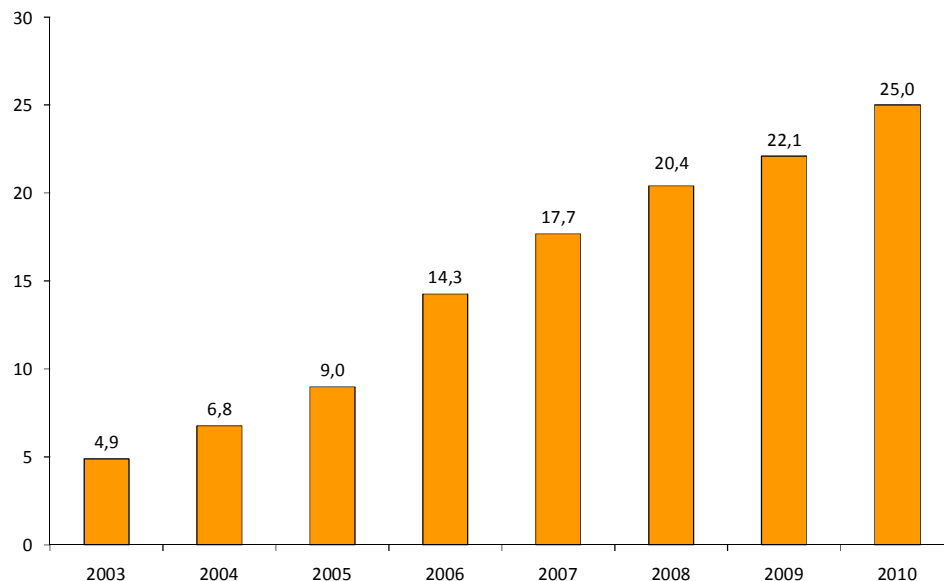


Diagram 1:
E-handels omsättning
2003-2010, miljarder
kronor.

Med e-handel avses
försäljning av
detaljhandelsvaror (ej
resor, tjänster, bilar etc.)
mot konsument.

E-handels andel av den totala detaljhandeln uppgick år 2010 till 4,6 procent. Fortfarande är e-handeln därmed relativt begränsad. Inom de branscher där e-handeln är framgångsrik, elektronik, böcker/CD och kläder, är andelen betydligt högre. För att e-handels andel av den totala detaljhandeln ska kunna nå högre höjder krävs att fler företag och branscher ger sig ut på nätet, något som vi redan ser och sannolikt kommer att få se mer av under de närmaste åren.

Optimistiska e-handlare

Optimismen bland e-handelsföretagen har sjunkit något sedan e-barometerns två senaste mätningar, men är fortfarande hög. 61 procent tror att försäljningen kommer att öka och 14 procent bedömer dessutom att försäljningen kommer att öka mycket.

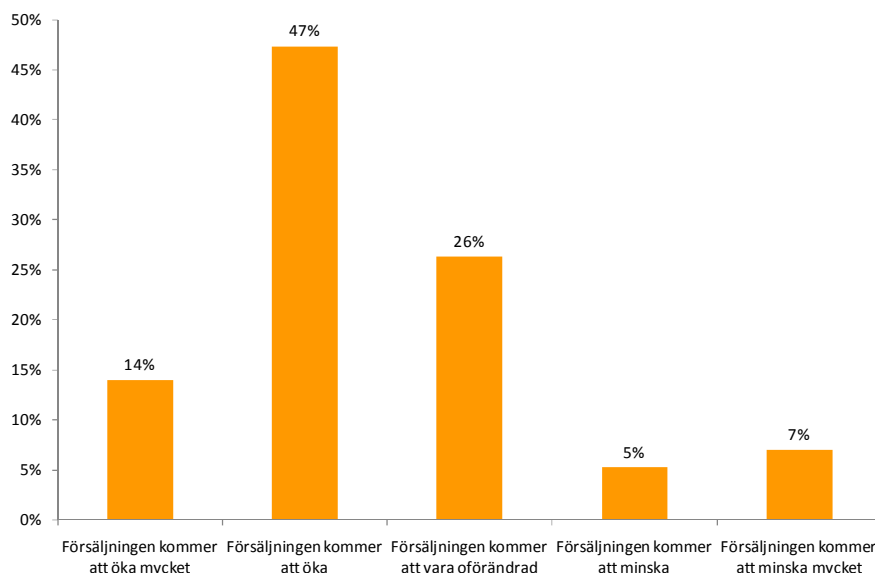


Diagram 2:
Hur tror du att försäljningen kommer att utvecklas under det närmaste halvåret?

Höga förväntningar på mobiltelefonen som beställningssätt

Mobiltelefonen väntas kunna bli ett komplement till datorn för e-handelskonsumenterna, inte bara för att söka information utan även för att köpa varor. Konsumenternas tillgänglighet till e-handel skulle därmed förbättras vilket sannolikt gynnar e-handelsföretagens affärer. Förväntningarna är också höga bland e-handlarna och de flesta, 69 procent, tror att mobiltelefonen kommer att öka i betydelse för e-handeln. I diagram 3 visas även svaren från fjolårens e-barometer och det framgår att betydligt fler e-handelsföretag är positiva till e-handel via mobiltelefonen idag jämfört med de två senaste åren. Den kraftiga tillväxten av smartphones ligger sannolikt bakom denna utveckling.

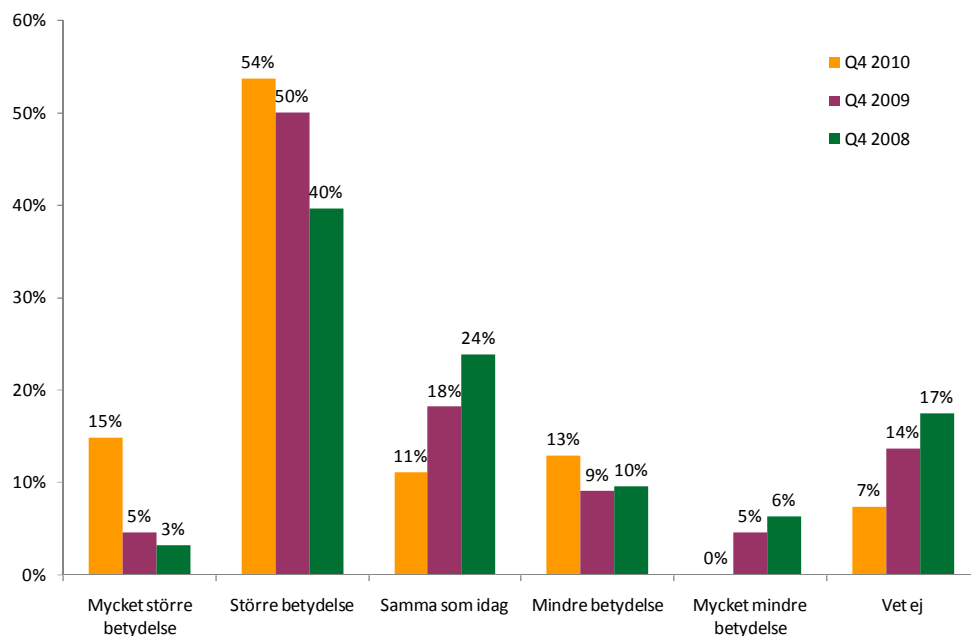


Diagram 3:
Vilken betydelse tror du att mobiltelefonen* som beställningssätt kommer att få för e-handeln under de kommande tre åren?

*Med detta avses att kunder handlar varor från ett företags webbplats via internet i sin mobiltelefon. Det avser inte köp via sms.

Allt fler förbereder sina hemsidor för mobil e-handel

Ännu har knappt hälften av e-handelsföretagen, 45 procent, genomfört någon form av anpassning av sin webbläsare för mobil e-handel och endast sex procent har i stor utsträckning anpassat sina e-handelsbutiker. Det finns således mycket kvar att göra men utvecklingen tycks gå snabbt, 34 procent hade genomfört någon form av anpassning under fjolåret.

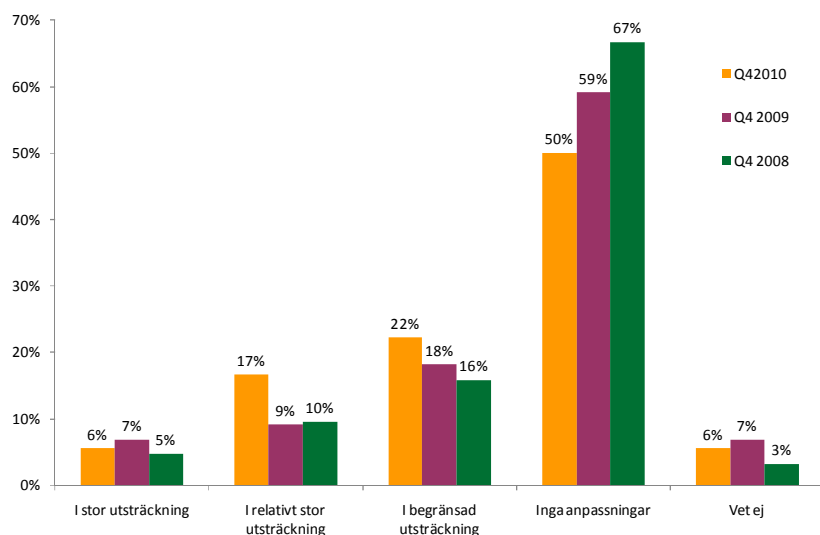


Diagram 4:

I vilken utsträckning gör ert företag anpassningar av sin webbplats för att underlätta för kunderna att handla varor via sina mobiltelefoner*?

**Med detta avses att kunderna via internet i sin mobiltelefon kan handla varor från ert företags webbplats. Det avser inte köp via sms.*

Generella anpassningar vanligast

De som har genomfört någon form av anpassning för mobiltelefoner har framförallt anpassat e-butiken för att fungera generellt i mobilens webbrowser, det vill säga inte genom någon särskild applikation. Vissa företag har också genomfört anpassningar i form av applikationer för iPhone eller Android.

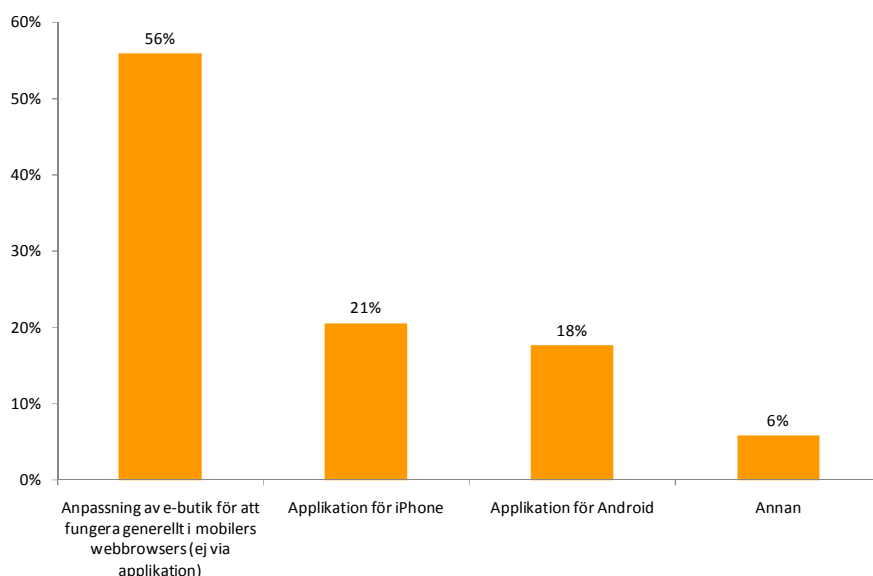


Diagram 5:

Om anpassningar görs, för vilka gränssnitt sker de?

Fortfarande finns hinder för handel via mobiltelefon

En förklaring till att den mobila e-handeln inte nått ännu längre kan vara de hinder e-handlarna ser. Det främsta hindret utgörs, enligt handlarna, av den lilla displayen i mobiltelefonen. En liten skärm ger givetvis sämre överblick och bildåtergivning och möjligtvis blir köpbeslutet för konsumenten svårare. För dålig säkerhet eller uppkopplingshastighet sägs vara andra anledningar. Återigen kan sannolikt det allt flitigare användandet av så kallade smartphones utgöra en stor möjlighet för att överbrygga dessa hinder.

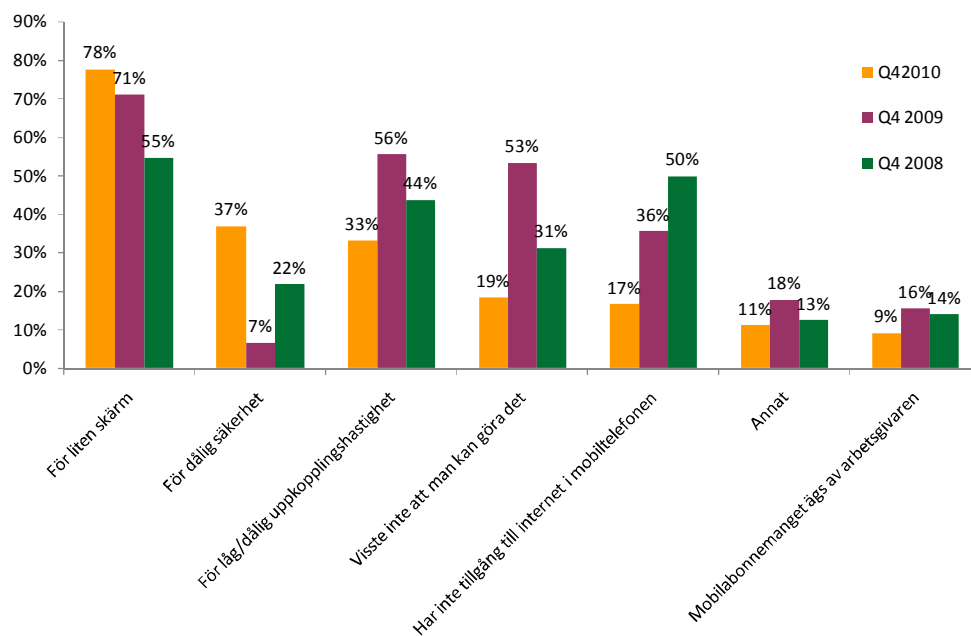


Diagram 6:
Vad tror du hindrar kunder från att handla varor på nätet via sina mobiltelefoner?

Konsumenterna

Konsumenterna fortsätter att vara optimistiska när det gäller framtida internetköp. 80 procent tror att de kommer att handla varor på internet under det kommande halvåret medan 8 procent uppger att de inte kommer att handla på internet. Konsumenterna i åldersspannet 23-35 år är de mest optimistiska, där tror så många som 95 procent att de kommer att handla varor på internet.

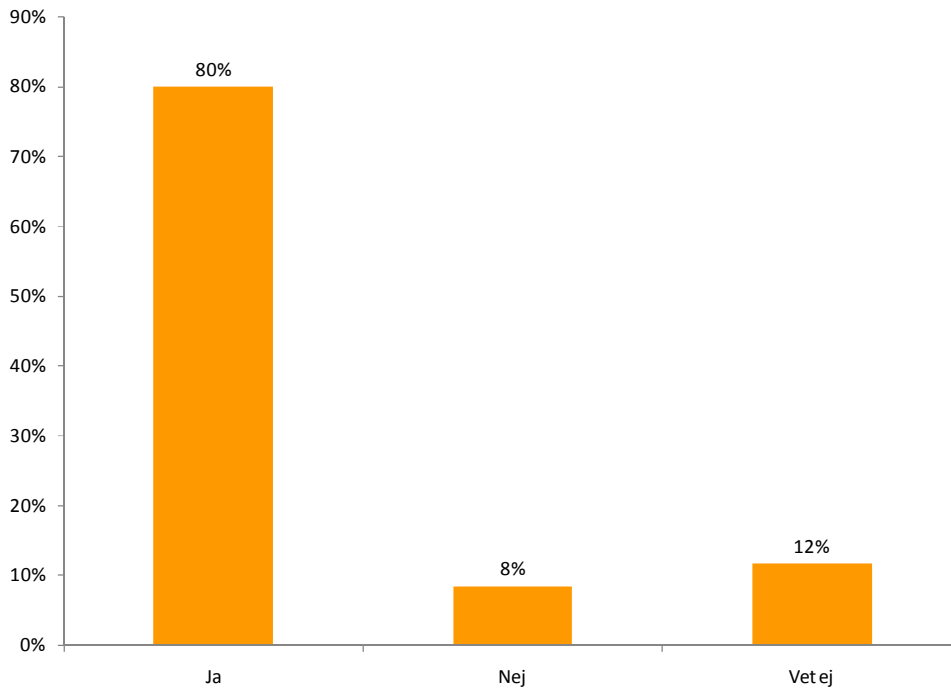


Diagram 7:
Tror du att du kommer att handla varor på internet under de närmaste sex månaderna?

Konsumenterna handlar oftare på internet

Konsumenterna handlar allt oftare varor på internet. 43 procent uppger att de handlar varor på internet minst en gång i månaden. För ett år sedan var motsvarande siffra 36 procent.

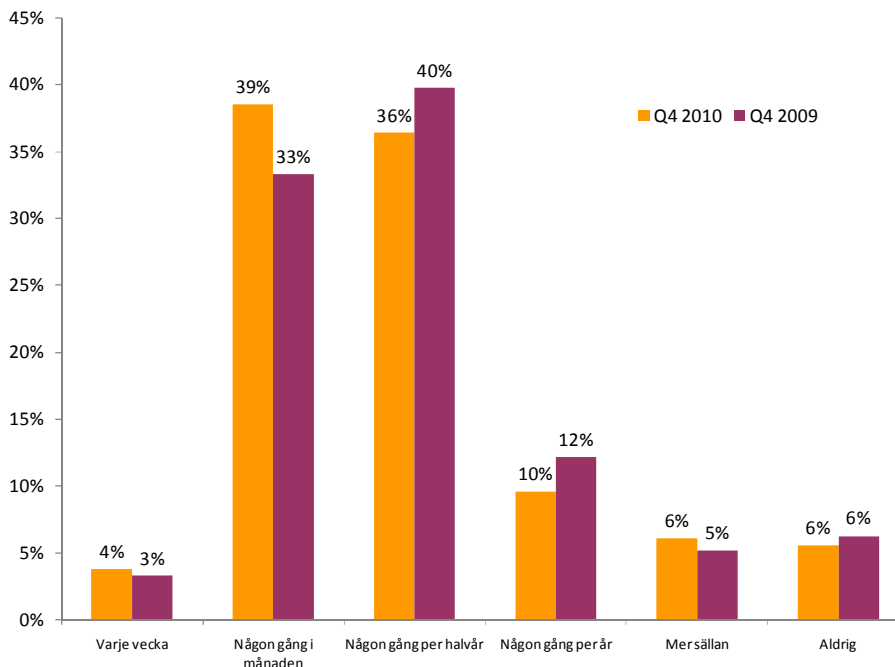


Diagram 8:
Ungefär hur ofta handlar du varor på internet?

Var femte svensk kopplar upp sig på internet via mobiltelefonen varje dag

Drygt var femte svensk, 22 procent, kopplar upp sig på internet via sin mobiltelefon varje dag. Detta är betydligt fler jämfört med för både ett och två år sedan då andelen som kopplade upp sig varje dag var 9 respektive 6 procent. Det är främst de som kopplade upp sig någon gång i månaden eller ännu mer sällan som nu verkar koppla upp sig på internet via sin mobiltelefon allt oftare. Totalt kopplar 4 av 10 svenskar upp sig på internet via mobiltelefonen någon gång i månaden.

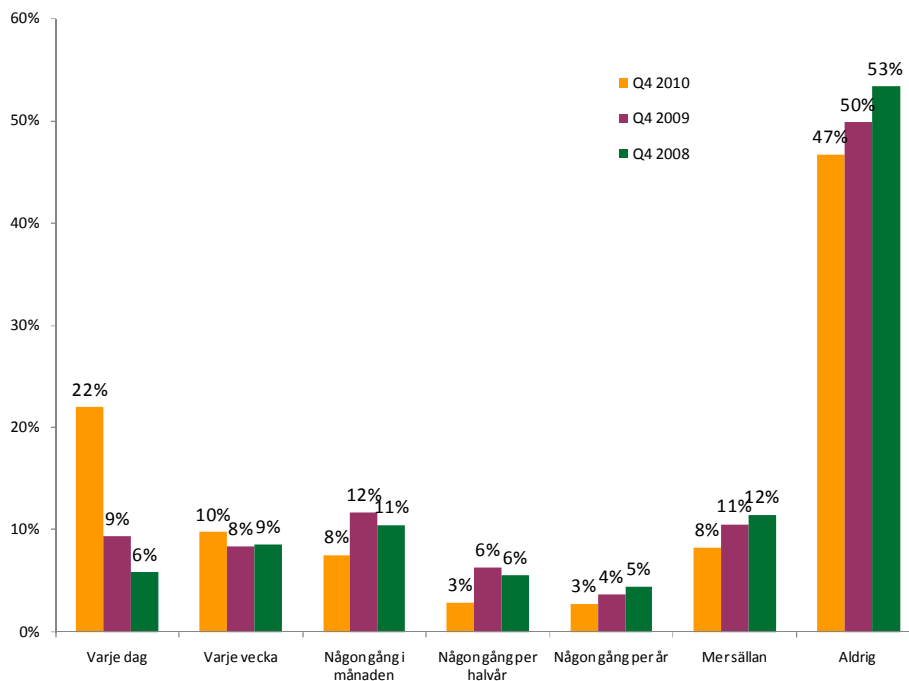


Diagram 9:
Hur ofta kopplar du upp dig på internet via din mobiltelefon?

En tredjedel av svenskarna har en smartphone

En tredjedel av konsumenterna använder sig av en smartphone, till exempel iPhone, HTC eller annan Android-kompatibel telefon. Majoriteten, 68 procent, använder sig av en annan typ av telefon. Tillväxten för smartphones är dock kraftig. I The Phone House senaste topplista över nyförsäljning av mobiltelefoner i Sverige i januari 2011 är sju av tio mobiltelefoner iPhone eller Android-telefoner.

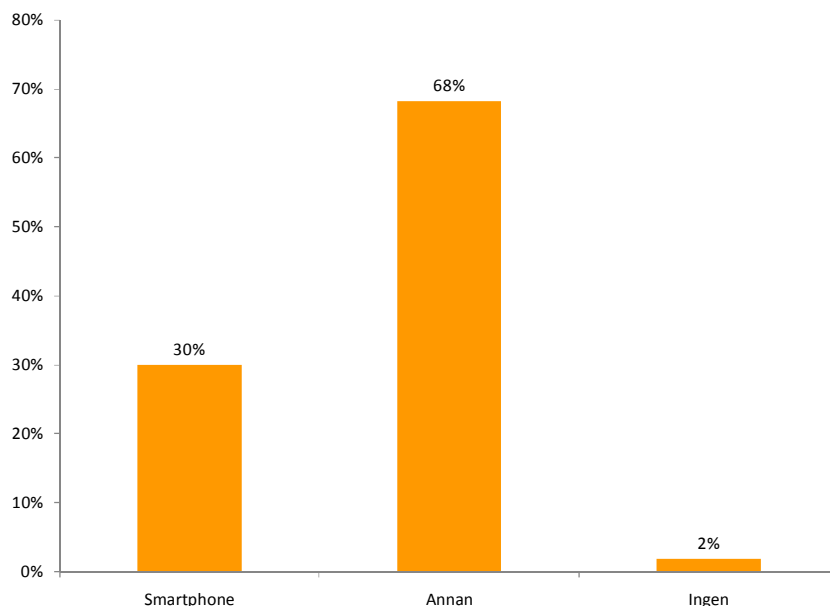


Diagram 10:
Vilken typ av mobiltelefon använder du dig av?

Allt vanligare handla varor på nätet via telefonen

Det senaste året har det skett en kraftig ökning av använda mobiltelefonen för att handla varor på nätet.. För ett år sedan hade 4 procent använt telefonen för att handla varor på nätet, i år är motsvarande siffra 7 procent. Ökningen beror sannolikt på att smartphones, som lämpar sig bättre att surfa med, har blivit allt vanligare. 19 procent av de som har en smartphones har någon gång använt den för mobil e-handel. Motsvarande siffra för de som har en enklare mobiltelefon är två procent. Dessutom bidrar e-handelsföretagen anpassningar av sina webbplatser till att fungerar även i telefonen till att den mobila e-handeln av varor ökar..

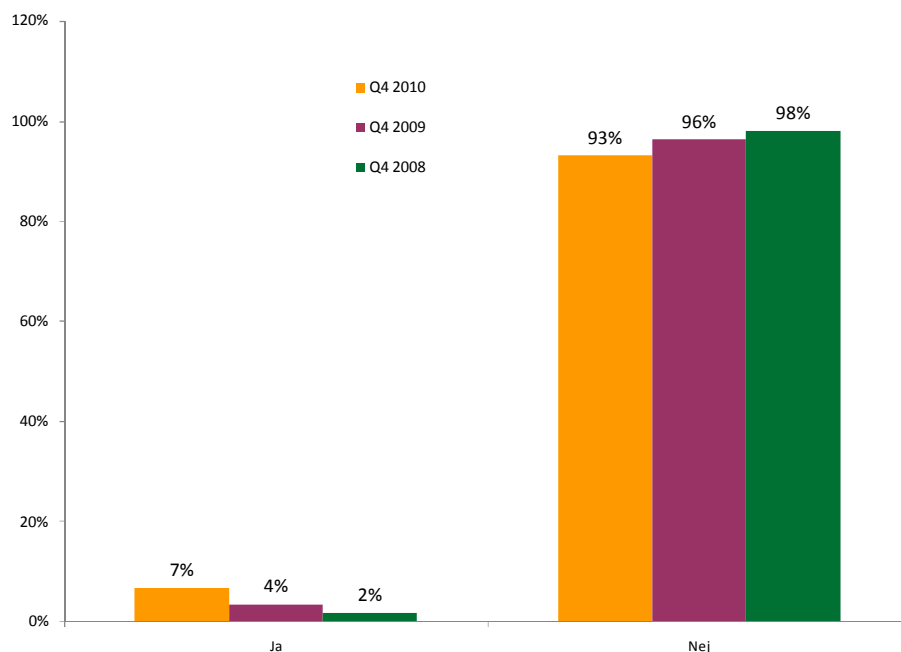


Diagram 11: Har du någon gång under de senaste 12 månaderna använt mobiltelefonen för att handla varor på nätet?

Vanligast köpa dataspel via telefonen

Av de konsumenter som har använt sin telefon för att handla varor på nätet anger 26 procent att de har köpt dataspel. Kläder, böcker, datorer och hemelektronik är andra populära varor. Detta är varor som vanligtvis är framgångsrika på nätet, det är lätt att söka information om dem och de är okomplicerade att beställa. Köpbeteendet via mobilen, beträffande val av produkt, tycks därmed inte skilja sig nämnvärt från det via en dator.

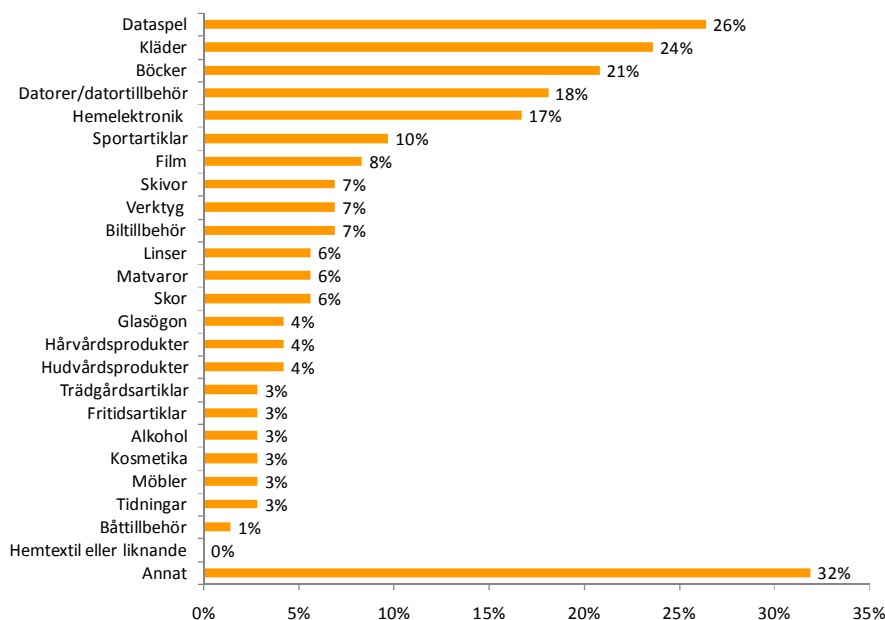


Diagram 12: Vad köpte du när du handlade varor på nätet via din mobiltelefon?

För liten skärm hindrar fler från att e-handla via telefonen

Av de konsumenter som har uppgett att de inte handlat varor via sin mobiltelefon är den främsta anledningen även i år att skärmen är för liten. Detta uppger knappt en tredjedel av konsumenterna, vilket är färre jämfört med för både ett och två år sedan. Anledningen är sannolikt att allt fler använder sig av en smartphone som har en större skärm. Nästan lika många, 29 procent, uppger att anledningen är att man inte har tillgång till internet i mobiltelefonen.

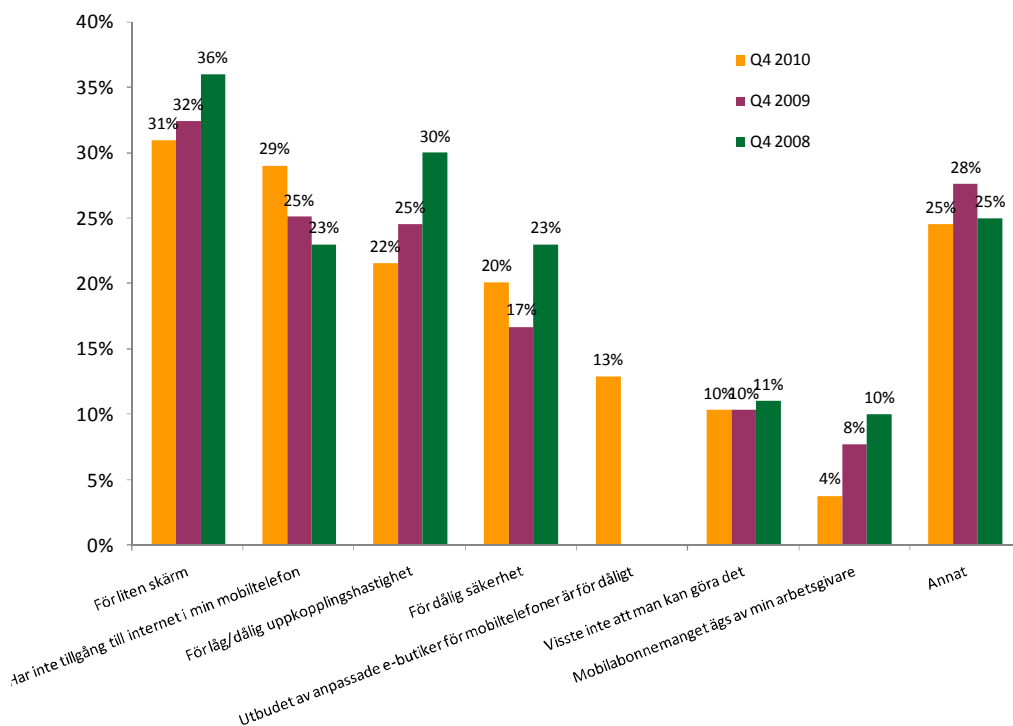


Diagram 13:
Vad gör att du inte handlar varor på nätet via din mobiltelefon?

Var tredje konsument kan tänka sig att handla via telefonen

Även om e-handel via mobiltelefonen ännu inte på allvar har kommit igång kan en tredjedel av konsumenterna tänka sig att handla varor via telefonen. Detta är fler jämfört med för bara ett år sedan, då motsvarande siffra var 24 procent.

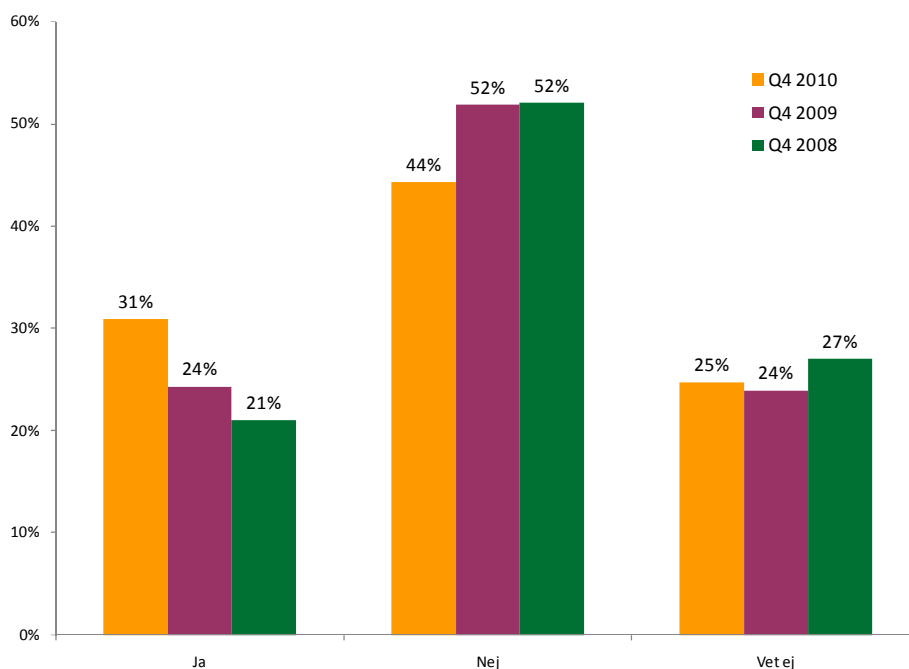


Diagram 14:
Skulle du kunna tänka dig att använda mobiltelefonen när du handlar varor på nätet?

Kommentarer till e-barometern:

- Den kraftiga tillväxten för e-handeln under 2010 beror framförallt på att näthandels aktörer gör det allt enklare för privatpersoner att vara smarta konsumenter. Allt fler konsumenter anser att det blir bekvämare och mer prisvärt att köpa en vara på nätet än i butik. Tillväxte för smarta mobiler och fler mobilanpassade webbutiker kommer att driva på denna utveckling ytterligare, säger Arne Andersson, e-handelsexpert på Posten.
- E-handels tillväxt är återigen på de höga nivåer vi såg före finanskrisen. E-handeln har klarat krisen bra och väntas få ytterligare fart de närmaste åren. Lågkonjunkturen har gjort konsumenten mer prisedveten, vilket passar e-handeln bra med konkurrenskraftiga erbjudanden och möjlighet för konsumenten att informera sig före köp, säger Jonas Arnberg på HUI.