

9%

E-handelsutvecklingen **ökade med 9 procent** under första kvartalet jämfört med motsvarande period föregående år, vilket är den största ökningen sedan 2021. Apotekshandels tillväxttakt med tvåsiffriga tal håller i sig medan bygghandeln efter tre år av negativ tillväxt nu ökar med 8 procent. Det är en stark start på året för e-handeln och **hela 7 av 8 branscher** har en positiv utveckling.

Hållbarhet hetare igen – ökning för medvetna val

Under de senaste årens oroliga tider har intresset för hållbarhetsfrågor legat relativt stabilt, men i år syns en tydlig uppgång när de ekonomiska förutsättningarna förbättrats. Mer än hälften av konsumenterna uppger att de ofta eller alltid gör medvetna val kopplade till hållbarhet när de e-handlar.

**Branscherna
där hållbarhet
spelar störst roll**



Kläder & skor



Livsmedel



Skönhet & hälsa





26 %

brukar byta till en mer
hållbar leveransmetod
i checkout när de
e-handlar

”Det är ett underbetyg. För de e-handlare som kliver in helhjärtat finns det väldigt mycket att vinna. Det ger bättre marginaler, lojalare användare och ett mer relevant erbjudande.”

Jimmy Heibert, vd plick, om att enbart tre procent av konsumenterna handlat begagnat direkt från en e-handelsbutik.



49 %

av konsumenterna
har använt cirkulära
e-handelstjänster
det senaste kvartalet



Därför handlar inte konsumenternas second hand från traditionella e-handlare

Visste inte att
möjligheten fanns

22%

Priserna mötte
inte förväntan

11%

Varan gick inte att handla från
en traditionell e-handlare

10%

Kina tar marknadsandelar i utlandshandeln

Ifjol blev Kina för första gången det vanligaste landet för svenskarna att e-handla från. I år ökar Kina igen, men enbart med en procentenhet. Tyskland fortsätter den nedåtgående trenden, tappar en procentenhet och landar på en rekordlåg nivå.

Topplista för svenskarnas utlandsköp online

- 1 Kina
- 2 Tyskland
- 3 Storbritannien
- 4 USA
- 5 Danmark

4 av 10

personer mellan 65–79 år gjorde sitt senaste köp från Kina

Det är vanligast att de mellan 30 och 49 år har e-handlat från utlandet.

Senaste åren märks ett minskat intresse för internationell e-handel bland åldersgruppen 18–29 år, medan intresset ökar i övriga grupper. Största ökningen står 65–79-åringarna för.



44 % av konsumenterna har inte e-handlat från utlandet det senaste året

Här är anledningarna:

- Inget behov, allt finns i Sverige **26 %**
- Litar inte på att produkter följer svenska krav på miljö, säkerhet och kemikalier **16 %**
- Litar inte på aktörerna **16 %**



Vad konsumenter främst associerar med...



... svenska webbutiker:

- 1 Smidiga betallosningar **56 %**
- 2 Relevanta leveransalternativ **45 %**
- 3 Tillgänglig kundservice **35 %**

... utländska webbutiker:

- 1 Låga priser **49 %**
- 2 Stort sortiment **44 %**
- 3 Unika produkter **32 %**



3 sätt för e-handlare att växa på en turbulent marknad

Håkan Löfgren, Industry Manager Retail på Google Sverige beskriver hur retailers kan växa på en alltmer turbulent marknad genom att differentiera sina varumärken.



1

Sätt rätt pris utifrån värde

"Prissättning bör spegla konsumentens upplevda värde, inte bara konkurrens eller kampanj."

2

Var synlig när det räknas

"Mental tillgänglighet driver försäljning mer än pris – särskilt online."

3

Stå ut från mängden

"Skapa en tydlig identitet som gör det möjligt att ta rätt betalt och bygga långsiktig lojalitet."