

E-handelsindikatorn Maj 2022



SH Svensk
Handel

”Kvinnor fortsätter att driva e-handeln mer än män.”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

Omsättning maj 2022 jämfört med maj 2021

-8%

E-handel i Sverige

-8%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-maj 2022 jämfört med samma period 2021

-13%

E-handel i Sverige

-13%

E-handel i Sverige och från utlandet

Äldre minskar sitt e-handlande, kvinnor driver e-handeln mer än män

Svensk Handels E-handelsindikator för maj månad visar att e-handelns omsättning minskar med 8 procent jämfört med samma månad föregående år. Omsättningen fortsätter därmed som tidigare under året att backa men inte lika kraftigt som februari, mars och april då den föll med i genomsnitt 16 procent per månad. Från januari till och med maj har omsättningen minskat med 13 procent. Detta gäller både svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer och om e-handeln från utländska aktörer inkluderas. Omsättningen i e-handeln i maj är, i likhet med i april, lägre än motsvarande månad 2020 då pandemin just brutit ut. Det är en indikation på att e-handeln även fortsatt under året kan få svårt att nå upp till de omsättningsnivåer som förelåg under pandemin 2021 såväl som 2020.

- E-handelns omsättning fortsätter att falla tillbaka från höga nivåer men ligger fortfarande markant högre än före pandemin. Sjunkande tillväxttal jämfört med 2021 är det mest sannolika för resten av året och utvecklingen i april och maj indikerar att det även kan bli tufft att nå 2020 års försäljningsnivåer, säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Andelen av konsumenterna som e-handlat minskade till 68 procent från förra månadens 70 procent. Det är även 2 procentenheter lägre än maj 2021. Det var framförallt i de äldre åldersgrupperna som andelen som e-handlat minskade i maj.

- Förutom att de äldsta konsumenterna nu minskar sitt e-handlande är det intressant att kvinnor fortsätter att driva e-handeln mer än män. I maj var det 71 procent av kvinnorna som e-handlat, medan motsvarande andel för männen var 65 procent. Sedan 2021 är andelen kvinnor som e-handlat under månaden i genomsnitt 8 procentenheter högre än motsvarande andel för männen, säger Johan Davidson.

Omsättningen i e-handeln lägre än i maj 2021 och 2020

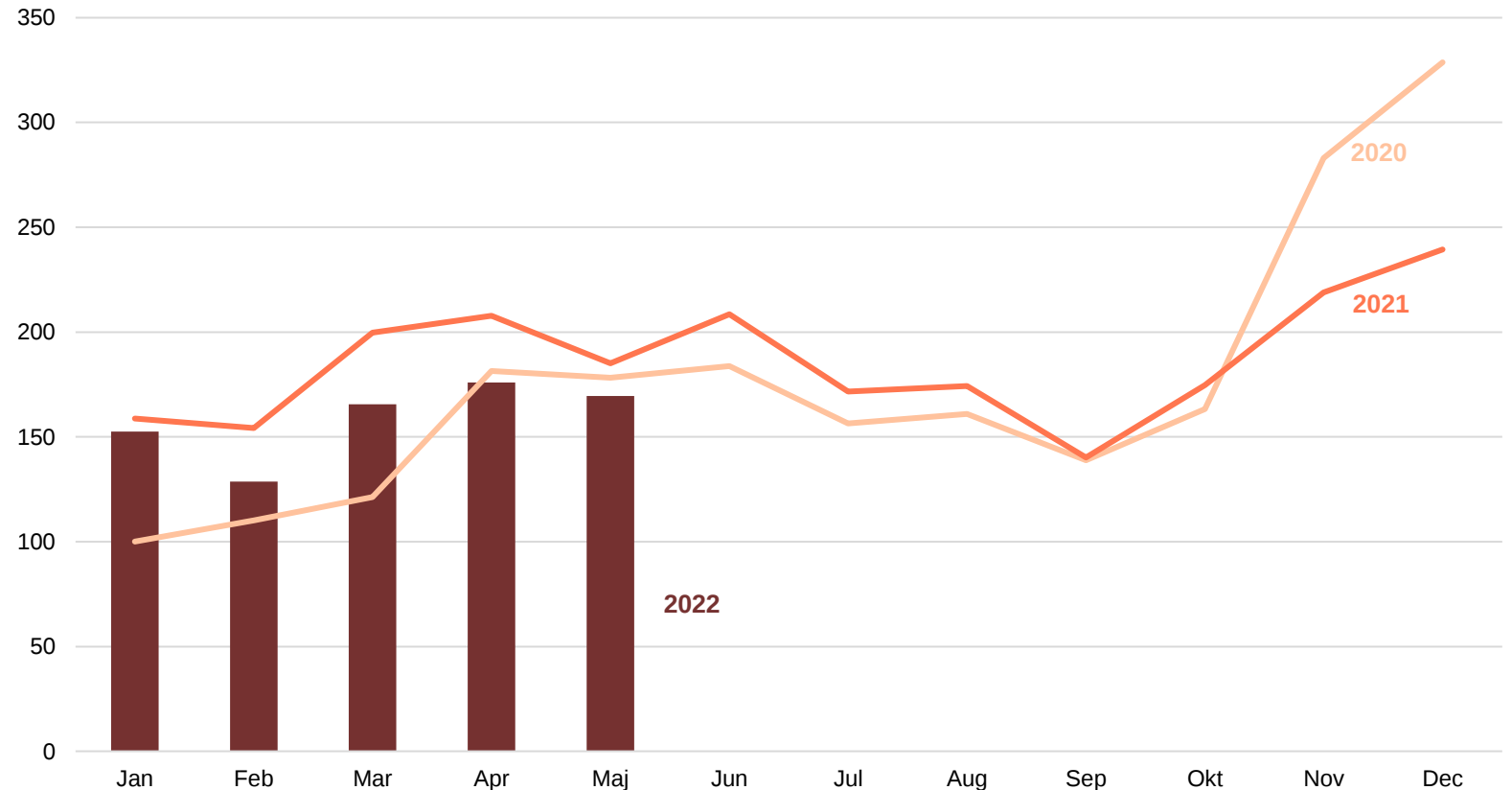


Omsättningen i e-handeln minskade i maj med 8 procent jämfört med samma månad förra året. Omsättningen var dessutom 5 procent lägre än i maj för två år sedan. Omsättningen har under hela 2022 tydligt mattats jämfört med rekordåret 2021.

Omsättningen är dock fortfarande betydligt högre än de nivåer som förelåg innan pandemins utbrott i mars 2020. Nivån i maj 2022 är cirka 40 procent högre än den i mars 2020.

Indexerad total omsättning (privatkonsumenter 18-89 år) i svensk e-handel.

Index Januari 2020 = 100.



Andelen som e-handlar fortsatt lägre än förra året men i nivå med 2020

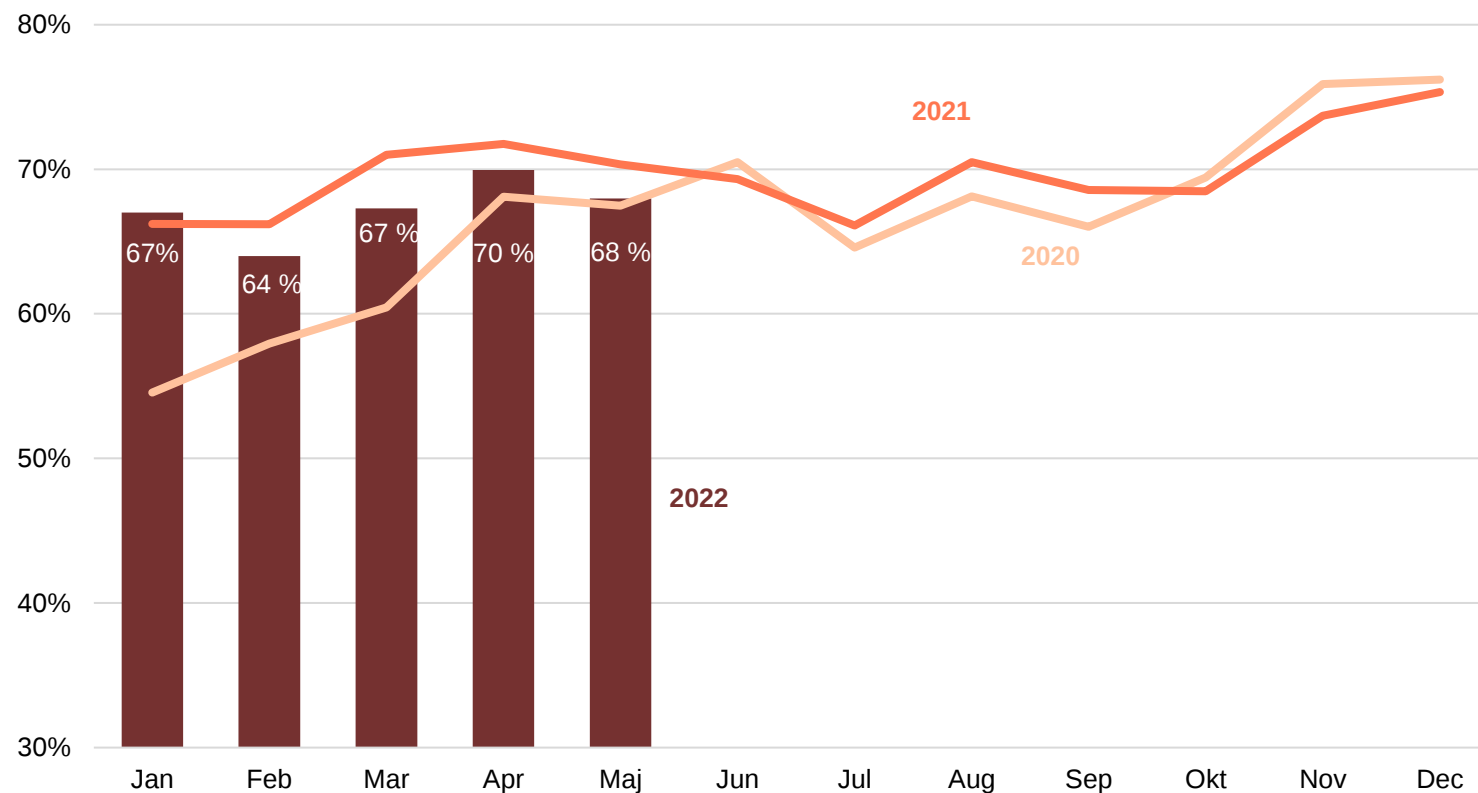


68 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i maj 2022. Det är en minskning från 70 procent i förra månaden och även lägre än de 70 procent som uppmättes i maj förra året.

Sedan februari i år har andelen e-handelskonsumenter konsekvent varit ett par procentenheter lägre än 2021.

Andelen e-handelskonsumenter är dock fortsatt betydligt högre än de ca 55 procent som rådde före pandemin.

Andel e-handelskonsumenter per månad, 18-89 år.



Kvinnor driver e-handeln mer än män. Färre äldre konsumenter e-handlade i maj.



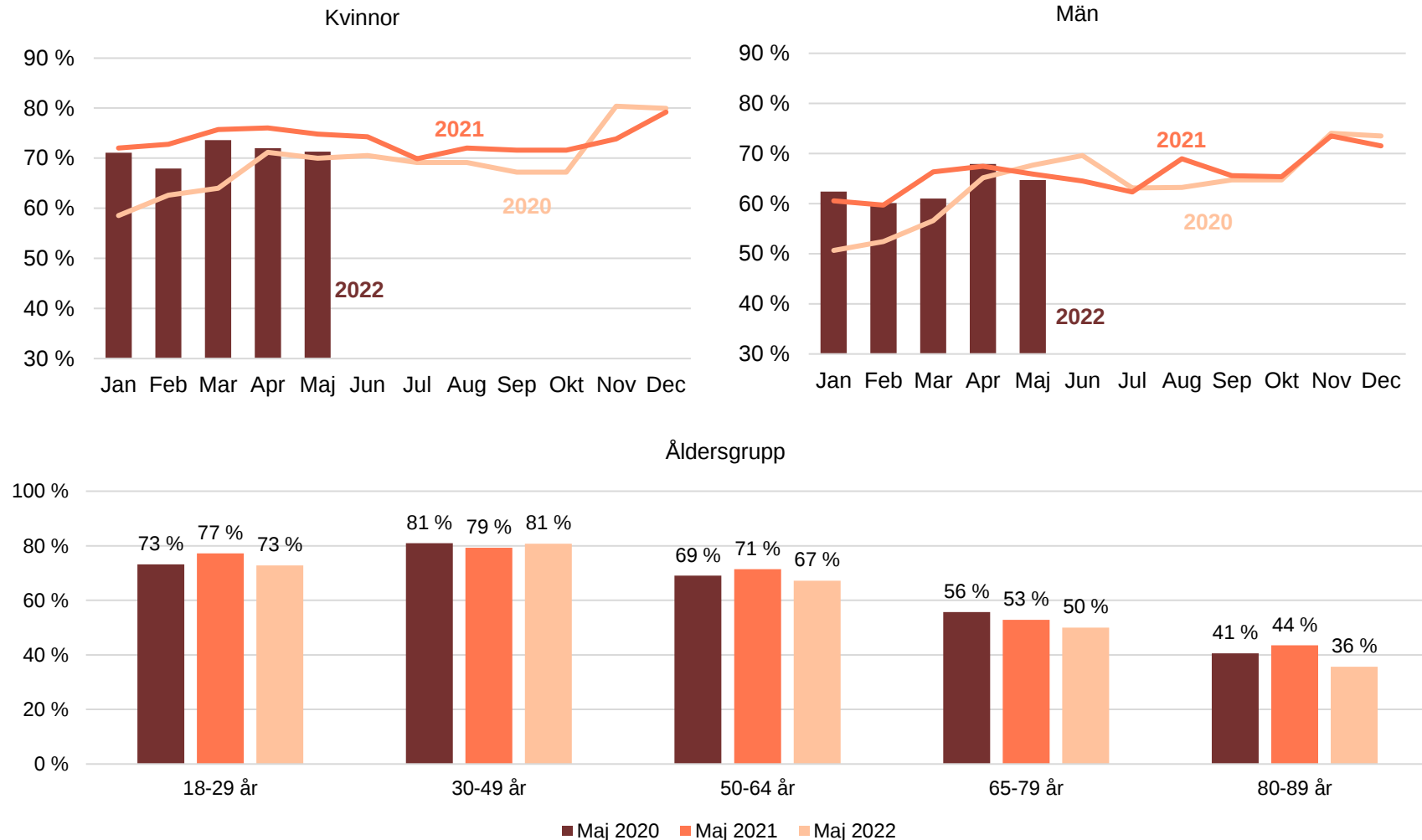
Andelen kvinnor som e-handlade i maj 2022 var 71 procent, vilket var i nivå med maj 2020 men lägre än i maj 2021. Samma mönster syntes i april. Möjligen är detta en indikation på att utvecklingen under 2022 mer kan komma att likna den under 2020 efter pandemins utbrott än den högre nivå som rådde under 2021.

Andelen män som e-handlade i maj var 65 procent, vilket var lägre än både 2020 och 2021.

Det är också tydligt att kvinnor över tid e-handlar i högre utsträckning än män. Detta mönster har gällt under hela pandemin och det kvarstår efter pandemin i år.

Det finns tydliga åldersgruppsskillnader i andelen som e-handlar. Andelen i maj var påtagligt lägre i den äldsta åldersgruppen jämfört med 2021 och minskade även jämfört med 2020 bland de som är 50 år eller äldre.

Andel e-handelskonsumenter per månad, fördelat på kön och ålder.



Genomsnittligt köpbelopp lägre än föregående år



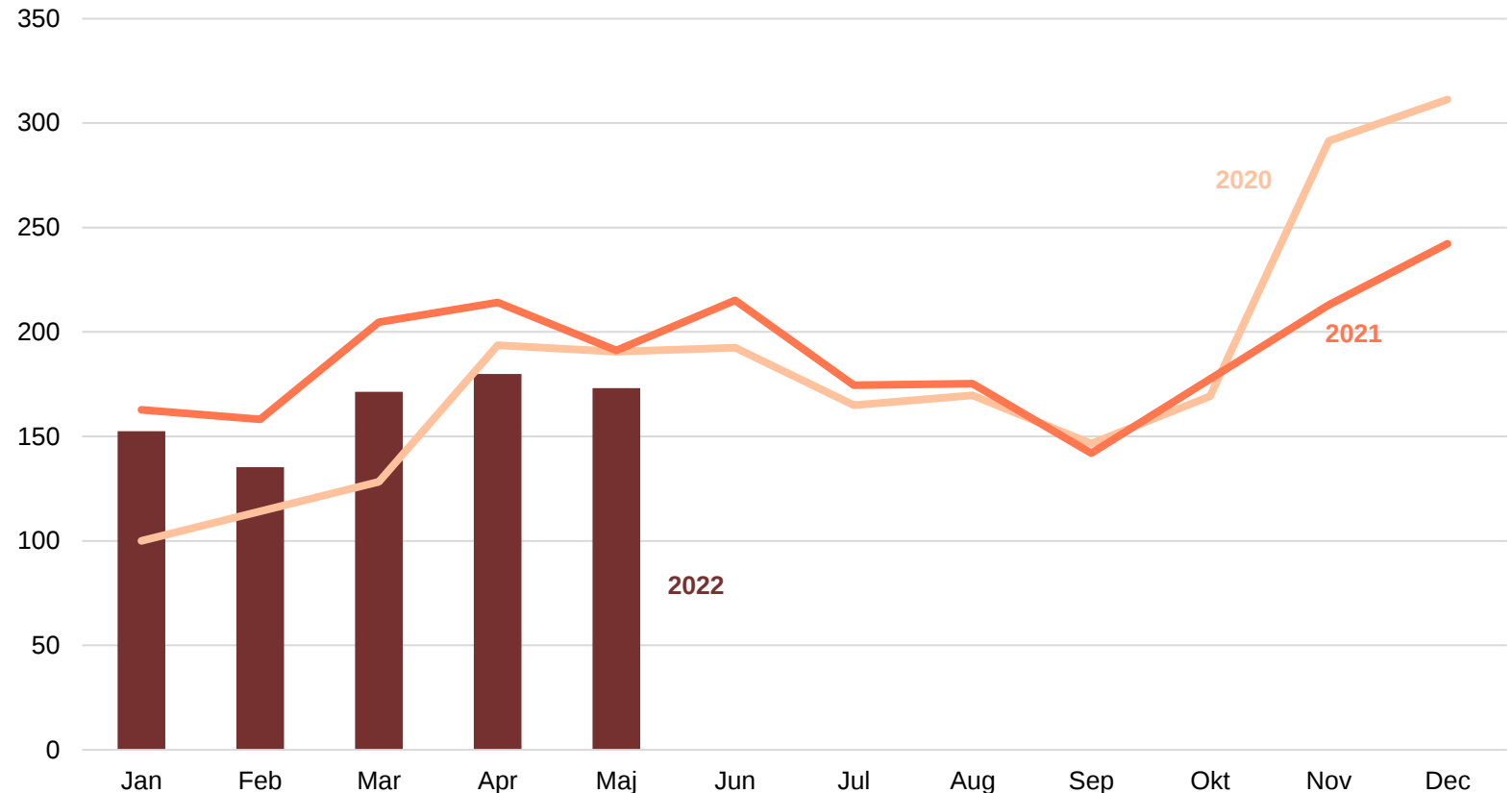
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument var 9 procent lägre i maj 2022 än samma månad 2020 och 2021. Det är en kombination av färre som e-handlar och ett minskat genomsnittligt köpbelopp som driver den totala omsättningsminskningen i e-handeln i maj 2022 jämfört med fjolåret. En viss befolkningstillväxt verkar samtidigt i motsatt riktning, vilket gör att den totala omsättningen i maj 2022 stannar på minus 8 procent.

Det genomsnittliga köpbeloppet är fortfarande påtagligt högre, 35 procent, än det som förelåg i mars 2020, innan pandemin på allvar förskjutit en högre andel av hushållens inköp mot e-handelskanalen.

Diagrammet visar hur de genomsnittliga köpbeloppen per e-handlande konsument har utvecklats sedan januari 2020 (Index där köpbeloppet i januari 2020 har värdet 100).

Indexerade genomsnittliga köpbelopp per konsument (18-89 år) i svensk e-handel.

Index Januari 2020 = 100.



Varor från apotek fortsatt den vanligaste e-handelskategorin



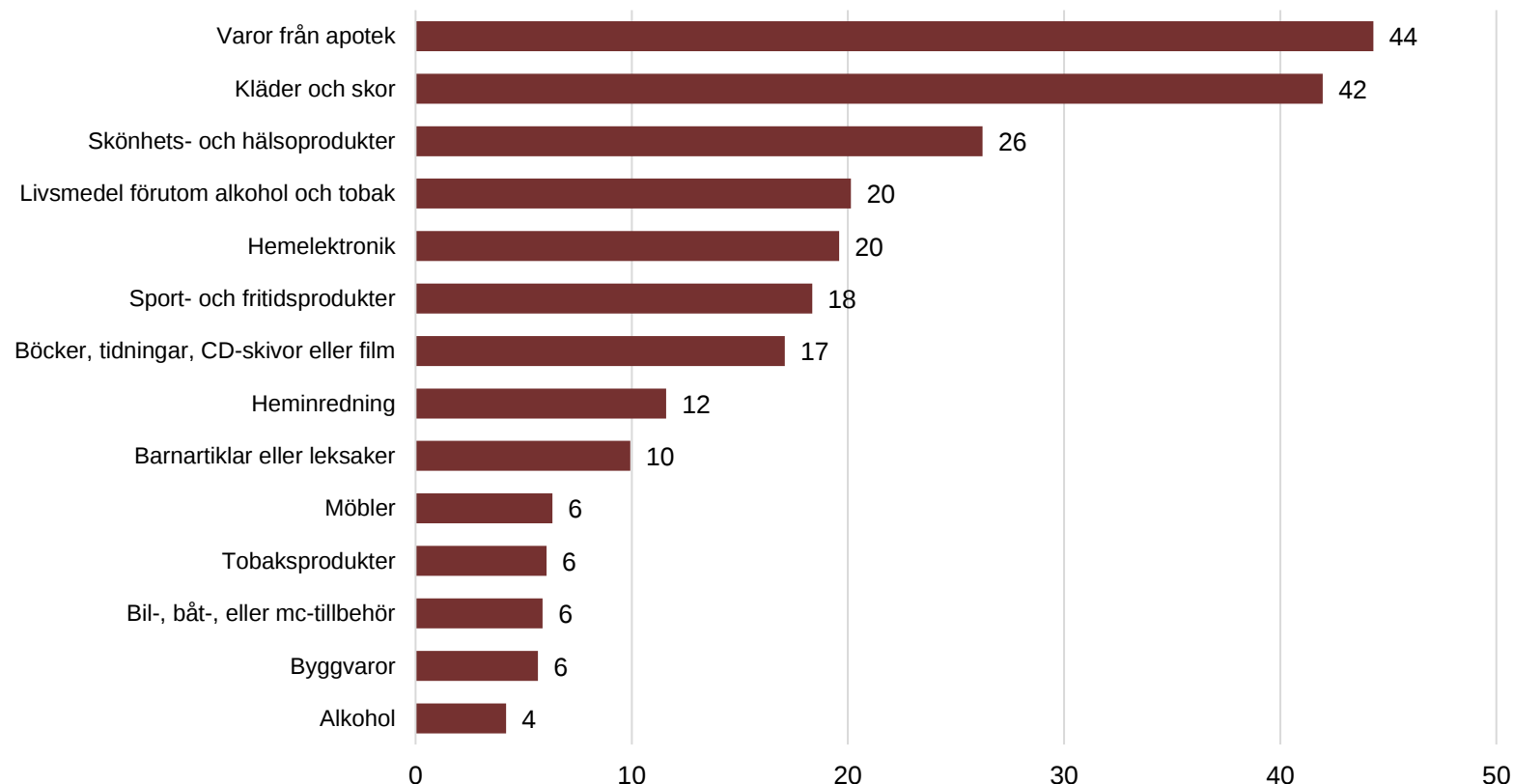
Varor från apotek är generellt den vanligaste kategorin att e-handla och så var fallet även i maj. 44 procent av e-handelskonsumenterna e-handlade varor från kategorin. Den näst vanligaste e-handelskategorin var kläder och skor.

Förändringen i andelen som e-handlar per kategori är vanligen relativt liten. Jämfört med samma månad förra året har andelen e-handelskonsumenter dock ökat i tre kategorier: barnartiklar och leksaker, kläder och skor samt skönhets- och hälsoprodukter. Övriga kategorier är oförändrade eller minskar.

68 %

har e-handlat i maj 2022

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, maj 2022, procent



Bas: Konsumenter 18-89 år som har e-handlat.

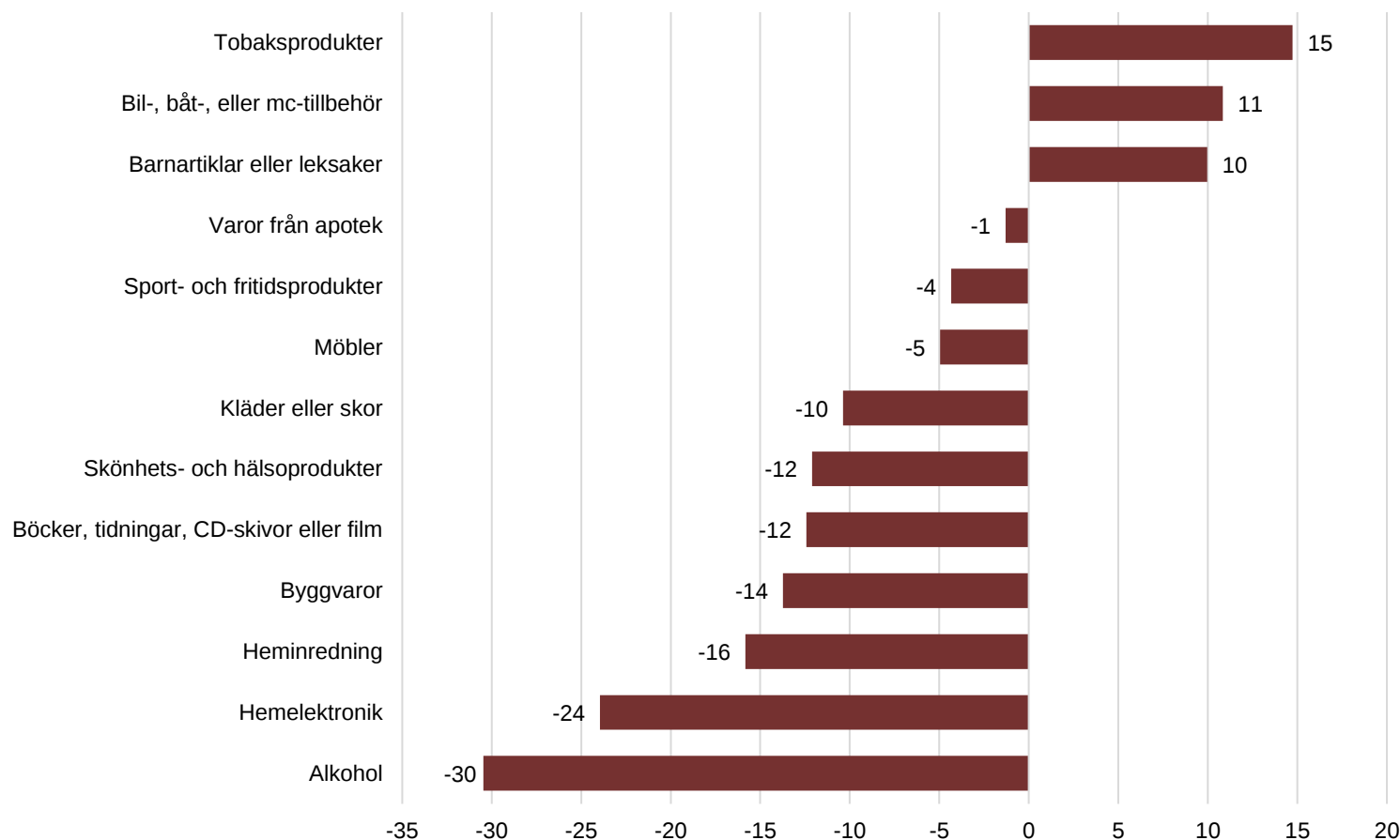
Negativ konsumtionsutveckling på nätet i flertalet varukategorier



Samtliga stora varukategorier inom e-handeln har backat i omsättning hittills under 2022. Undantagen är e-handeln med barnartiklar och leksaker, bil-, båt- och mc-tillbehör samt tobaksprodukter. Dessa varukategorier är dock de minsta sett till omsättning och har därmed liten påverkan på omsättningstillväxten i den totala e-handeln.

Hittills i år backar e-handeln av alkohol mest följt av e-handeln av hemelektronik. E-handelsutvecklingen i flertalet kategorier tyngs av att konsumenterna i större utsträckning återvänder till fysiska butiker sedan pandemirestriktionerna slopades i början av året.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel januari-maj 2022 jämfört med samma period 2021, procent



Stark e-handel från utlandet i april och maj



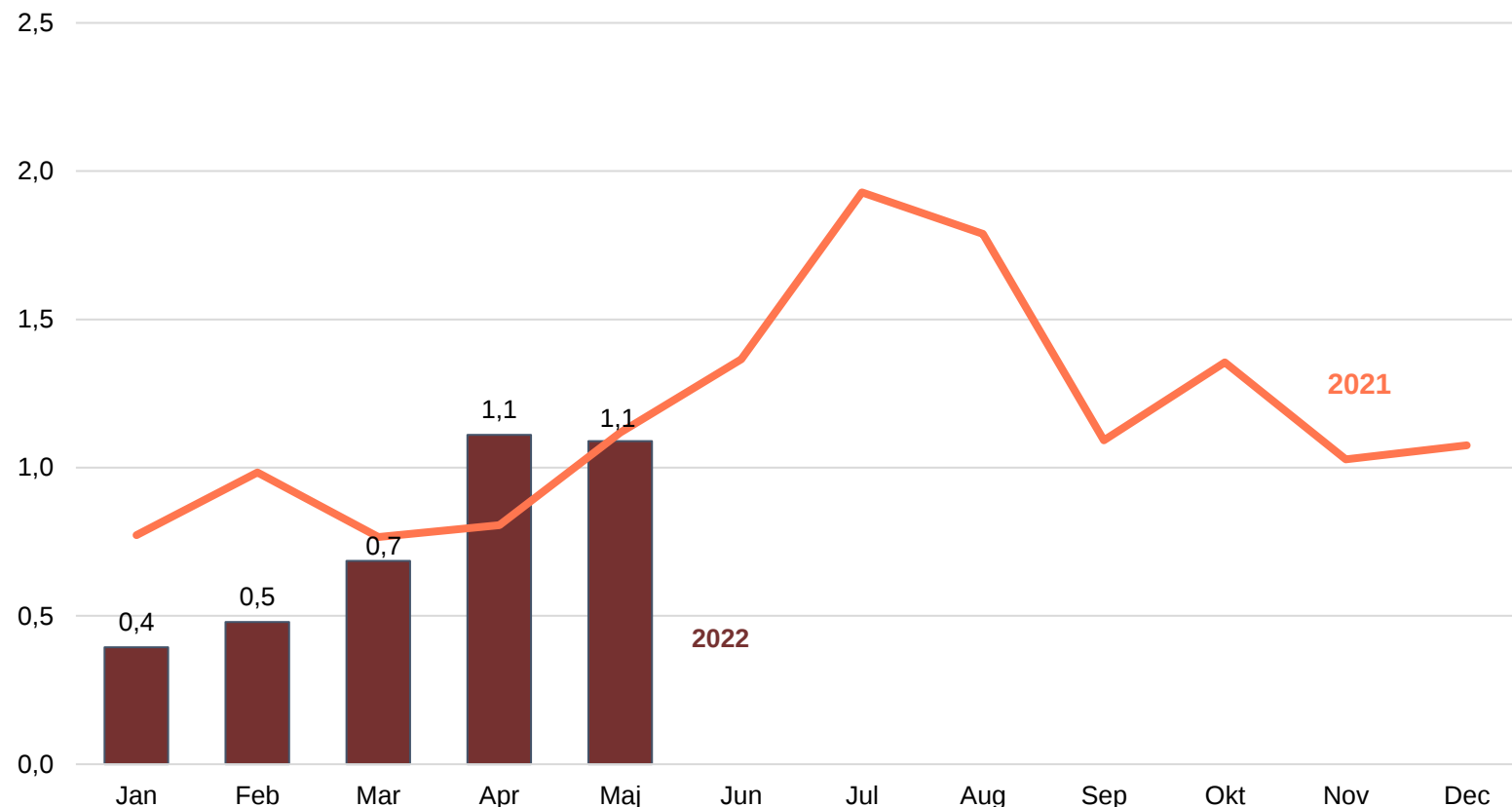
Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utländska hemsidor. Utvecklingen 2022 har återhämtat sig något efter en svag inledning på året. I både april och maj uppgick e-handeln från utlandet till cirka 1,1 miljarder kronor per månad. I maj var detta dock en minskning med 3 procent jämfört med maj 2021.

Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de fem första månaderna 2022 uppgick till 3,8 miljarder kronor, vilket är lägre än de 4,4 miljarder kronor som uppmättes under samma period 2021.

1100 mkr

E-handel från
utlandet i maj 2022

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor



Genomförande

Svensk Handels E-handelsindikator är en löpande kartläggning av konsumenters e-handelskonsumtion i Sverige och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datainsamlingen görs första veckan varje månad och mäter e-handel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varan ska ha levererats till bostad eller utlämningsställe. Resebokningar och streamingtjänster är därmed exempel på vad som inte ingår i denna undersökning. Varje månad genomförs minst 1 800 intervjuer, sedan augusti 2021 minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala e-handelsomsättningen i Sverige och e-handelsomsättningen av varor köpta från utlandet.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18-89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av e-handelsomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total e-handelsomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korregerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man e-handlar eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel e-handelskonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas per varukategori och på ett sätt som inte missar säsongsvariationer.

Avseende e-handeln i maj 2022 genomfördes undersökningen den 1-9 juni 2022. Totalt genomfördes 2 035 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 53 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

**För mer information
kontakta Svensk Handels
pressjour 010 47 18 650**

svenskhandel.se

**SH Svensk
Handel**