



E-handelsindikatorn December 2021

**SH Svensk
Handel**

Svensk Handels E-handelsindikator

December 2021



”December var den starkaste e-handelsmånaden 2021 – men inte fullt lika stark som 2020”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

Utveckling december 2021 jämfört med december 2020

-24%

E-handel i Sverige

-22%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-december 2021 jämfört med samma period 2020

+5%*

E-handel i Sverige

+6%*

E-handel i Sverige och från utlandet

December 2021: trots årets högsta omsättning nådde e-handeln inte upp till 2020 års decembersiffra

Svensk Handels E-handelsindikator visar att e-handeln i december 2021 fortsatte att växa jämfört med månaden innan, vilket innebar att e-handeln i december svarade för årets allra högsta omsättning. Jämfört med december 2020 var dock omsättningen 24 procent lägre, mycket beroende på mildare restriktioner 2021. Vidare fortsätter e-handeln från utlandet växa något snabbare än den inhemska.

Den inhemska e-handels omsättning i december 2021 var 24 procent lägre än samma månad 2020. Motsvarande siffra för den totala e-handeln, där även svenska konsumenters köp från utländska e-handlare ingår, visade en minskning med 22 procent. Båda decembersiffrorna är snarlika mönstret från november 2021, då motsvarande skillnader mot november 2020 var -25 procent respektive -22 procent. Samtidigt har andelen personer som e-handlar bara sjunkit marginellt.

- Det innebär att den lägre omsättningen inom e-handeln i november och december främst förklaras av lägre genomsnittliga köp bland dem som redan e-handlar. De mildare restriktioner som rådde i december 2021 jämfört med december 2020 speglas därmed rätt tydligt i e-handels omsättning, säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Sedan i somras har vi e-handlat mer från utlandet än tidigare och trenden höll i sig även under december. De senaste tolv månaderna har svenska konsumenter e-handlat för 14 miljarder kronor från utländska e-handlare.

- De preliminära siffrorna för helåret 2021 indikerar en e-handelstillväxt i storleksordningen 5 procent. Det är anmärkningsvärt högt med tanke på den rekordartade nivå som e-handeln nådde under 2020, säger Johan Davidson.

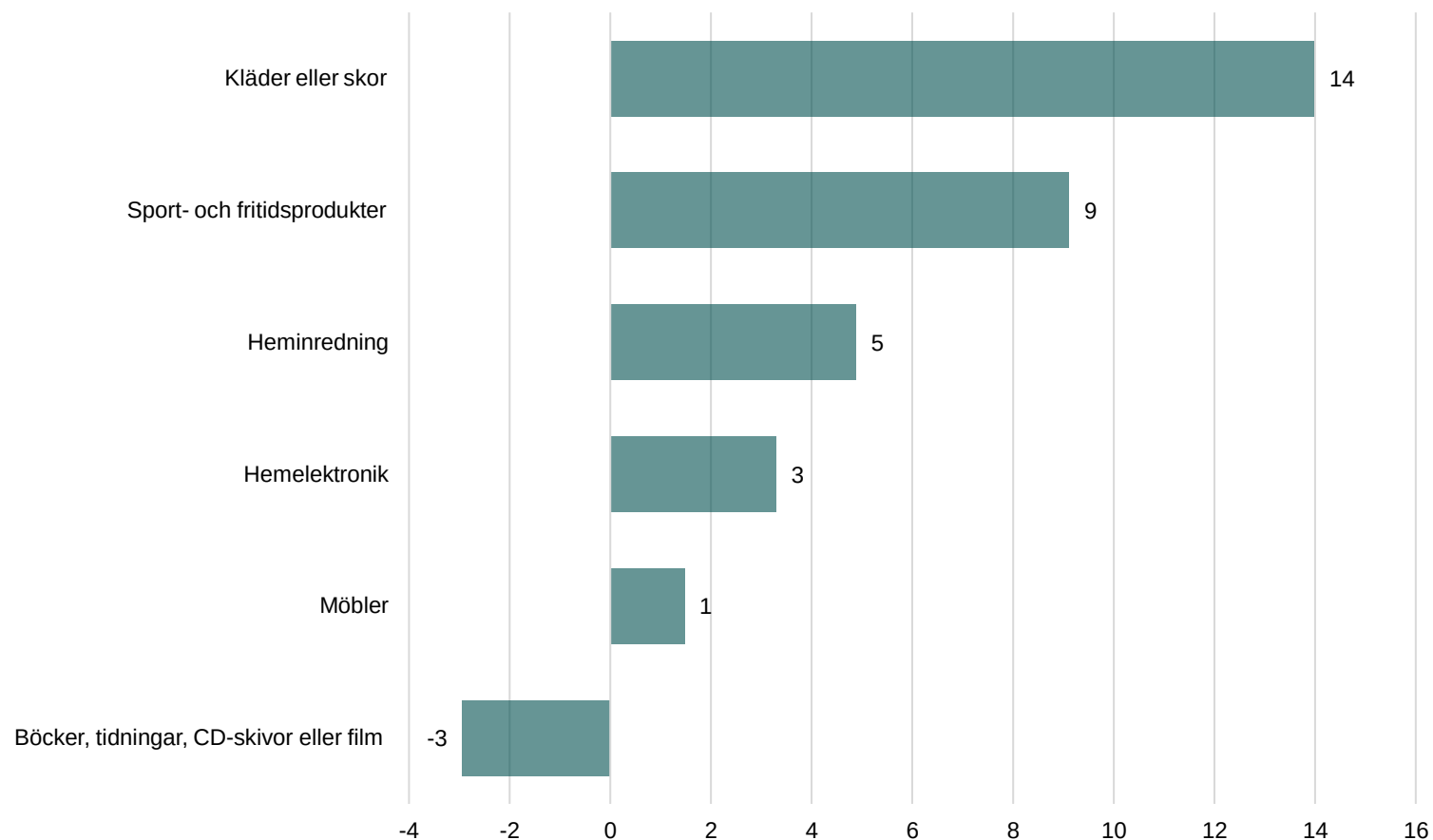
* Helårssiffrorna är preliminära

E-handelsutvecklingen i Sverige hittills i år för några av de större varukategorierna



December 2021 möter precis som november höga jämförelsetal från samma period 2020. Den ackumulerade tillväxttakten för hela 2021 avtar därmed i flera branscher under årets sista månad. Undantagen är sporthandeln och möbelhandeln där decemberförsäljningen överträffar fjolårets vilket stärker helårsutvecklingen något.

Omsättningstillväxt januari-december 2021 jämfört med samma period 2020, procent



Omsättning för e-handeln från utlandet

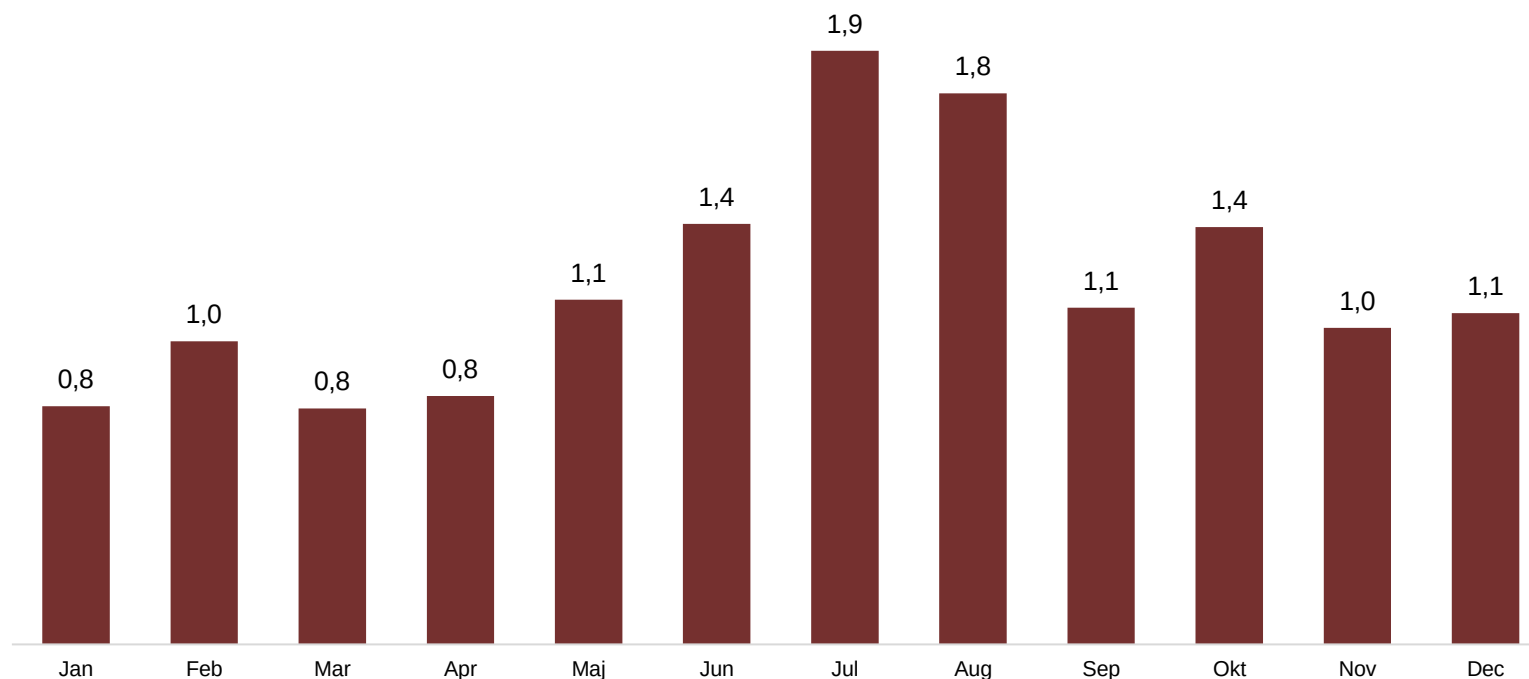


De senaste 12 månaderna har svenska konsumenter handlat för 14 miljarder kronor från utlandet. I december ökade heminredning, möbler, kläder och skor mest i försäljning från utländska e-handelssidor.

14 mdkr

E-handel från utlandet
senaste 12 månaderna

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor



Lägre snittköp på nätet i december jämfört med 2020

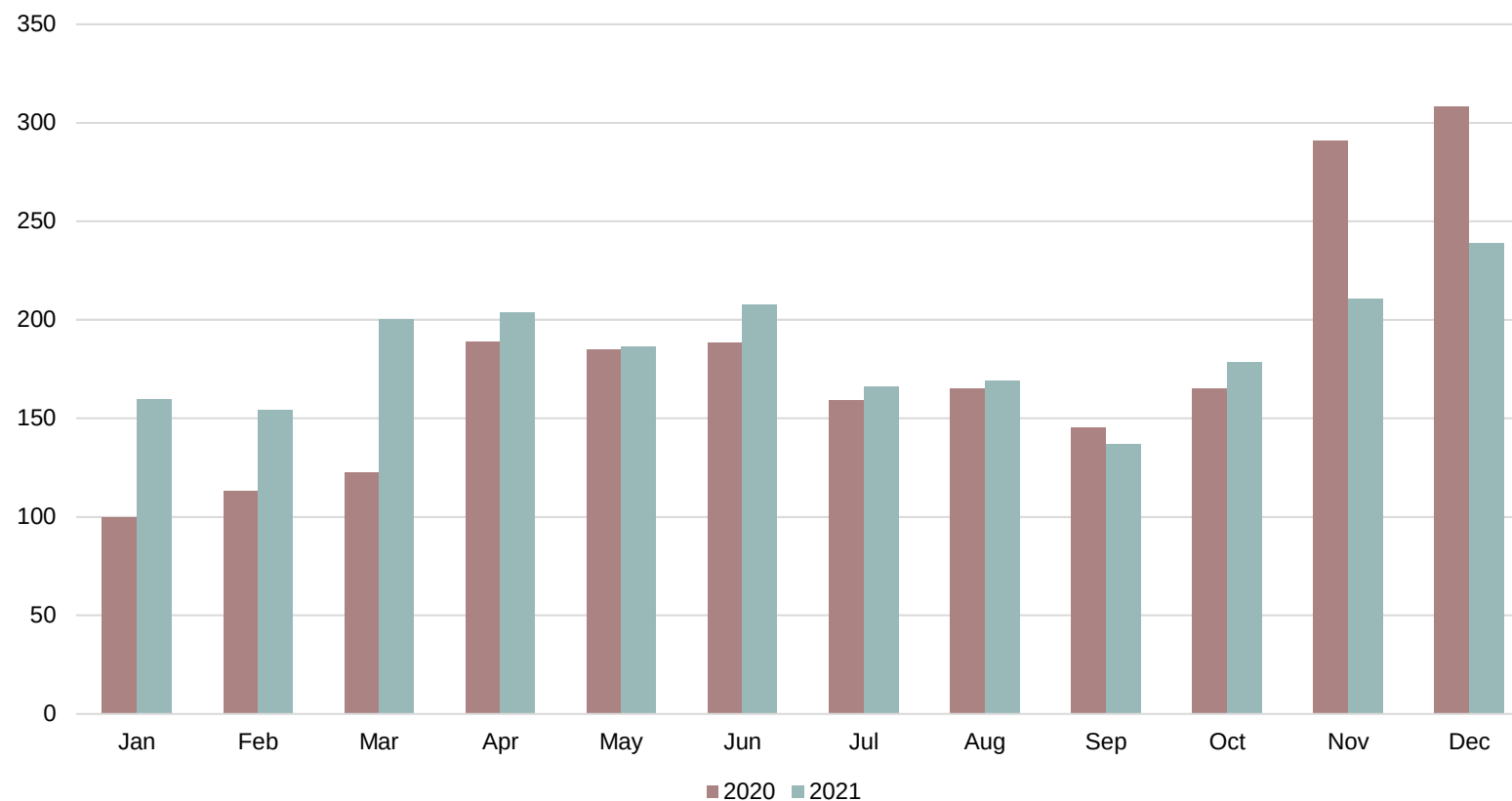


Andelen konsumenter som e-handlar sjönk marginellt till 75 procent i december jämfört med 76 procent samma månad 2020. Den kraftiga minskningen i omsättning i december jämfört med fjolåret förklaras därmed i huvudsak av det genomsnittliga köpbeloppet per konsument, som var 22 procent lägre än förra året.

Diagrammet visar hur de genomsnittliga köpbeloppen per e-handlande konsument har utvecklats sedan januari 2020 (Index där köpbeloppet i januari 2020 har värdet 100). I december 2021 handlade varje konsument i genomsnitt för cirka 140 procent mer än genomsnittet i januari 2020. De skarpare restriktionerna kopplade till julhandeln gav en kraftig skjuts till e-handeln 2020. Till följd av lättare restriktioner kring butiksbesök sjönk det genomsnittliga inköpsbeloppet på nätet i december 2021 jämfört med 2020.

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

Index Januari 2020 = 100.



Andel som e-handlar per varukategori



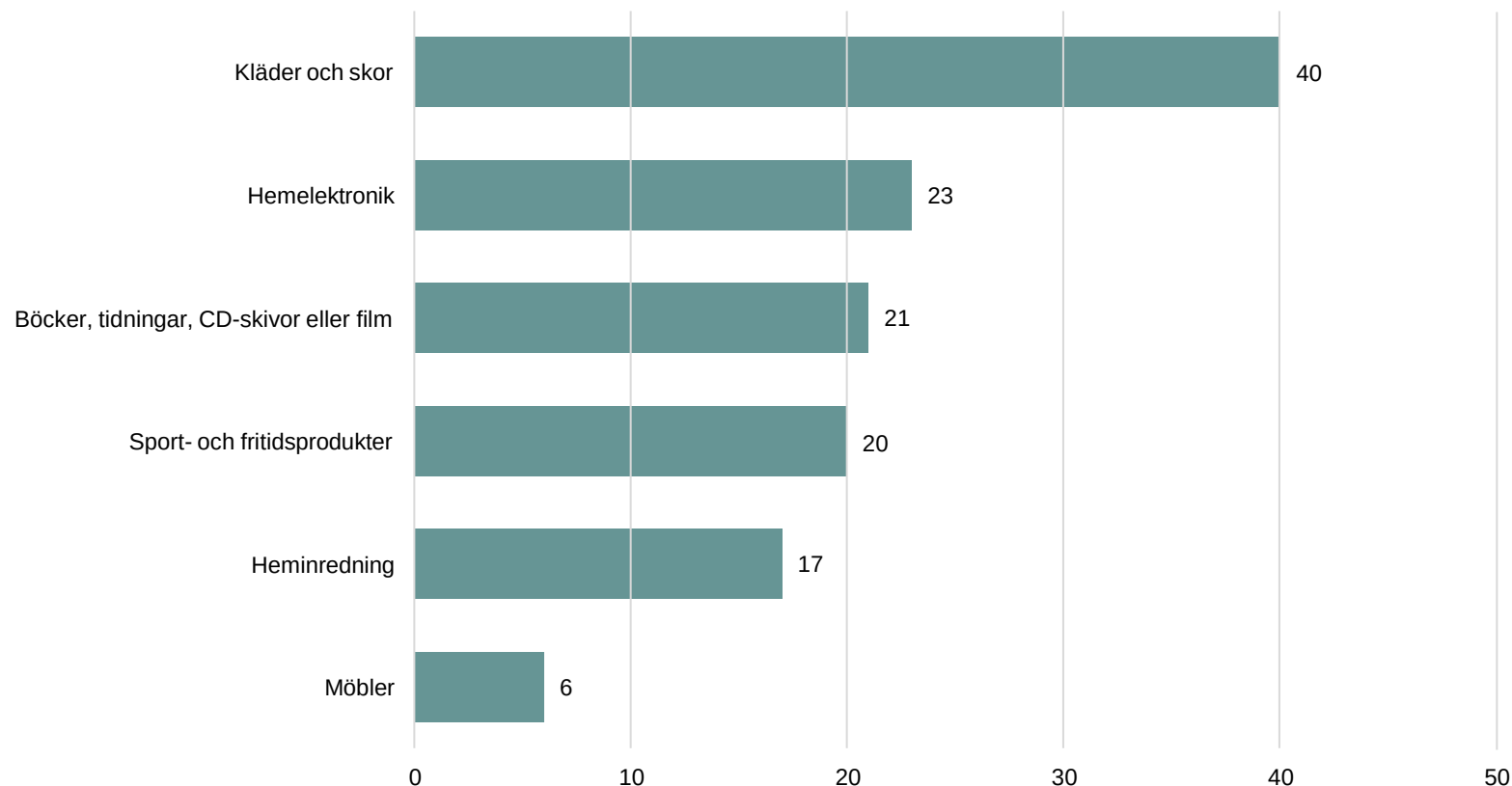
De vanligaste varorna att e-handla under 2021 är kläder och skor. 4 av 10 e-handelskonsumenter har i genomsnitt (per månad) handlat i denna varukategori under 2021. Nära var fjärde e-handelskonsument har handlat hemelektronik och var femte har handlat böcker eller sportprodukter.

70 %

har i genomsnitt e-handlat per månad under 2021

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

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, genomsnitt helåret 2021



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 säsongvariationer.

Avseende e-handeln i december 2021 genomfördes undersökningen den 3-10 januari 2022. Totalt genomfördes 2 035 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 57 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**