

E-handelsindikatorn April 2022



SH Svensk
Handel

”Lägre köpbelopp, men i grunden kvarstår förändrade beteenden från pandemin.”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

Omsättning april 2022 jämfört med april 2021

-15%

E-handel i Sverige

-11%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-april 2022 jämfört med samma period 2021

-14%

E-handel i Sverige

-14%

E-handel i Sverige och från utlandet

Fortsatt tillbakagång från höga nivåer för e-handeln

Svensk Handels E-handelsindikator för april månad visar att e-handels omsättning minskar med 15 procent jämfört med samma månad föregående år. Precis som i februari och mars minskar därmed omsättningen relativt kraftigt. Totalt från januari till och med april har omsättningen minskat med 14 procent. Detta gäller oavsett om svenska konsumenters köp från utländska e-handelsaktörer inkluderas eller ej. Omsättningen i e-handeln i april är även 3 procent lägre än motsvarande månad 2020 då pandemin just brutit ut vilket medförde en kraftigt ökad e-handelskonsumtion.

- E-handels omsättning fortsätter att falla tillbaka från höga nivåer men ligger fortfarande markant högre än före pandemin. Jämför vi med januari och februari 2020 så är e-handelsomsättningen runt 70 procent högre i april 2022. Sjunkande tillväxttal jämfört med 2021 är dock det mest sannolika för resten av året, säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Andelen av konsumenterna som e-handlat ökade till 70 procent från förra månadens 67 procent. Det är 2 procentenheter lägre än april 2021 då 72 procent e-handlade men högre än motsvarande andel på 68 procent 2020. Eftersom det genomsnittliga köpbeloppet dock minskade med 16 procent jämfört med 2021 och 7 procent jämfört med 2020 minskar e-handels omsättning i april alltså både jämfört med 2021 och 2020.

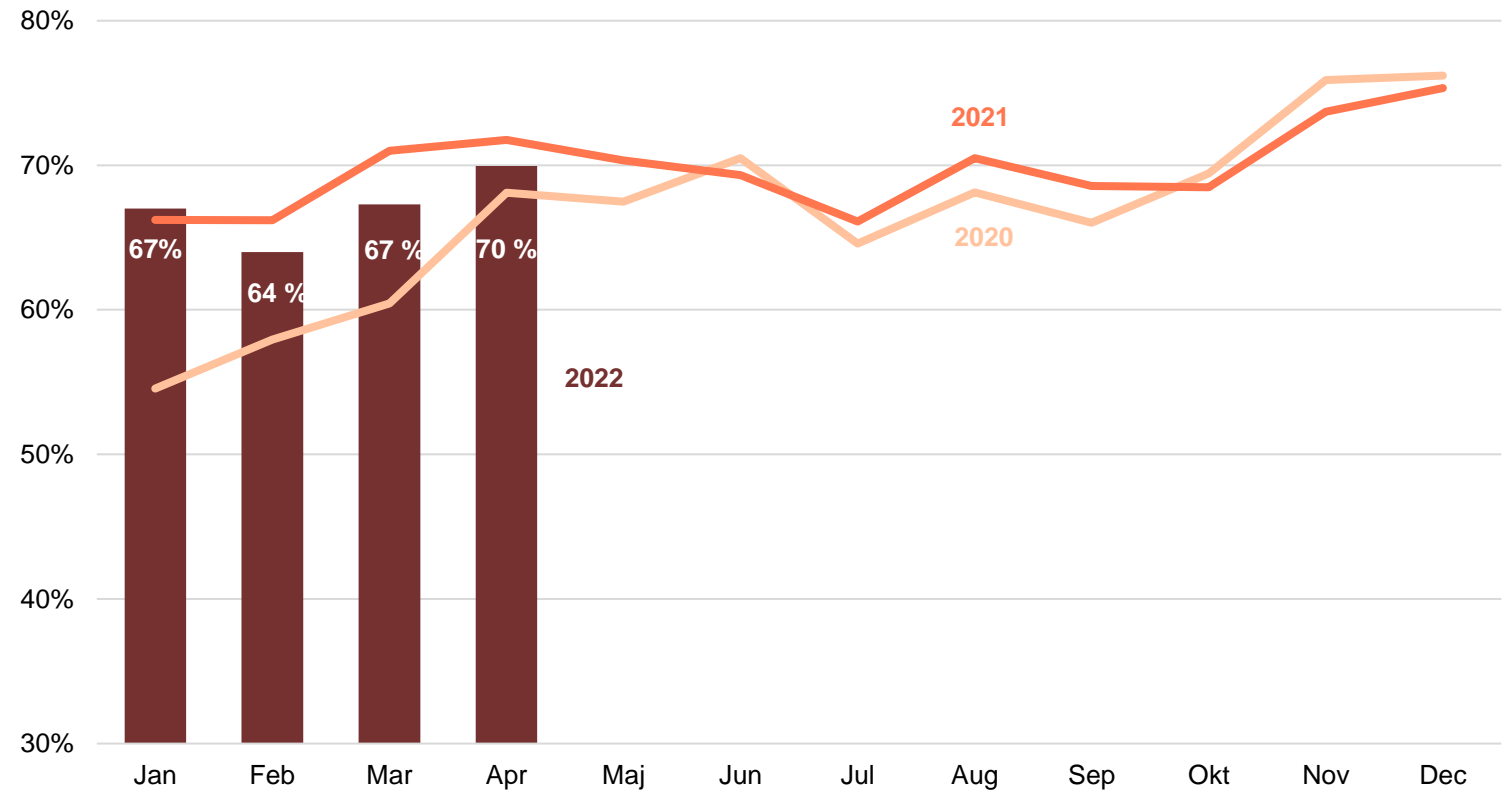
- De lägre genomsnittliga köpbeloppen är fortsatt huvudförklaringen till nedgången i e-handels omsättning, medan andelen av befolkningen som e-handlar i stort sett ligger kvar på de höga nivåer som rådde i början av pandemin. Det betyder att beteendeförändringen från pandemin än så länge kvarstår, men att man nu blandar mer mellan fysisk butikshandel och e-handel, säger Johan Davidson.

Andelen som e-handlar ökade jämfört med mars men fortsätter vara lägre än under 2021



70 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i april 2022. Det är en ökning från 67 procent i förra månaden men lägre än de 72 procent som uppmättes i april förra året. De senaste tre månaderna har andelen konsumenter som e-handlat varit något lägre än under 2021. E-handelsandelen är dock fortsatt högre än under jämförelsemånaderna 2020 trots att coronapandemin i april 2020 fullt brutit ut och kraftigt förskjutit konsumtionen mot e-handelskanalen.

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



Genomsnittligt köpbelopp minskar jämfört med tidigare år

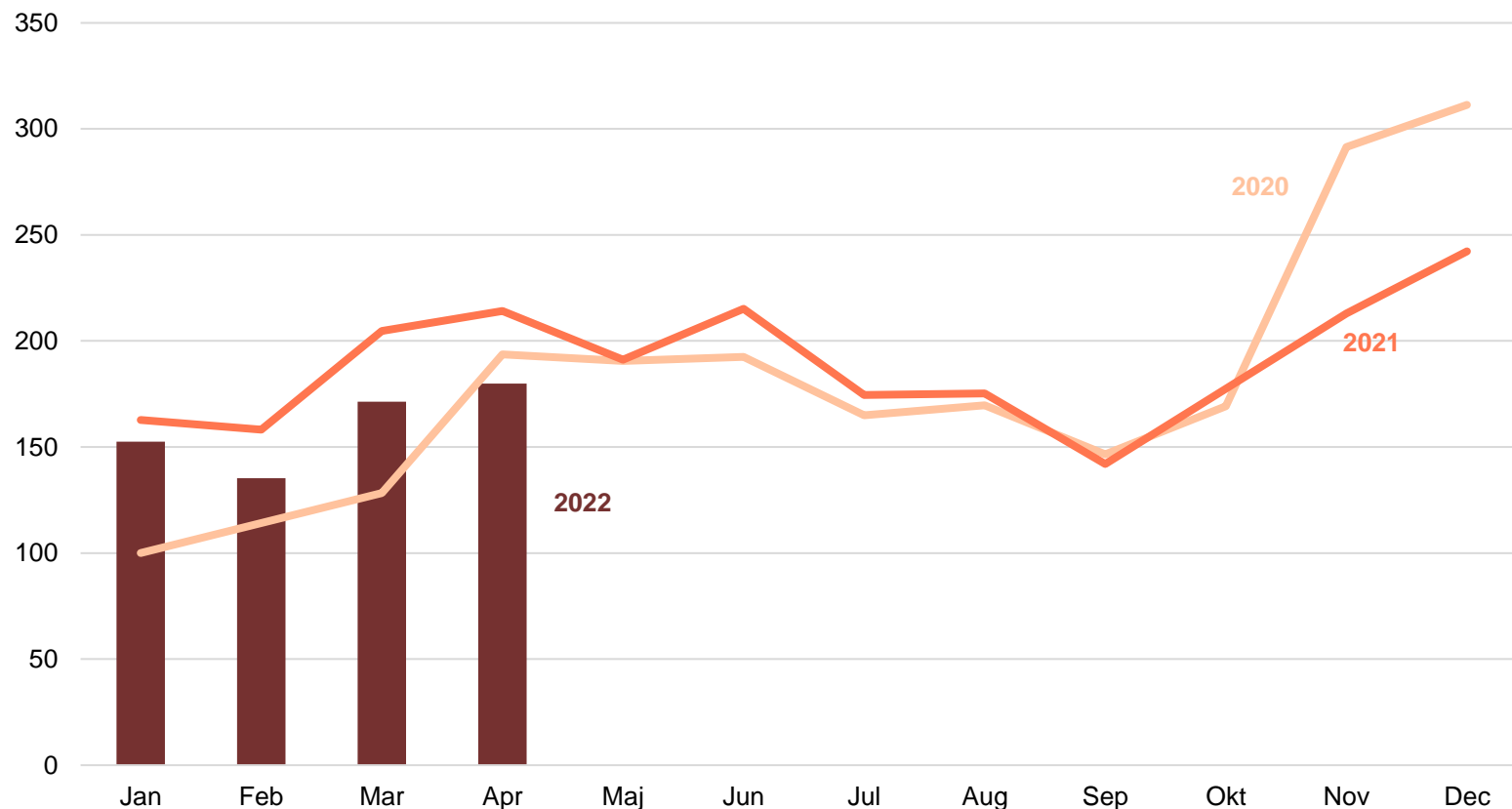


Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument var 16 procent lägre i april 2022 än samma månad 2021. Det är i nivå med nedgången i februari och mars. För första gången i år är det genomsnittliga köpbeloppet även lägre än under samma månad 2020. Minskningen i köpbeloppet vägs inte fullt ut upp av den högre andelen e-handelskonsumenter (se föregående sida) vilket förklarar varför den totala konsumtionen på nätet minskar i april även jämfört med 2020. Trots nedgången i april var det genomsnittliga köpbeloppet 80 procent högre än i januari 2000.

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

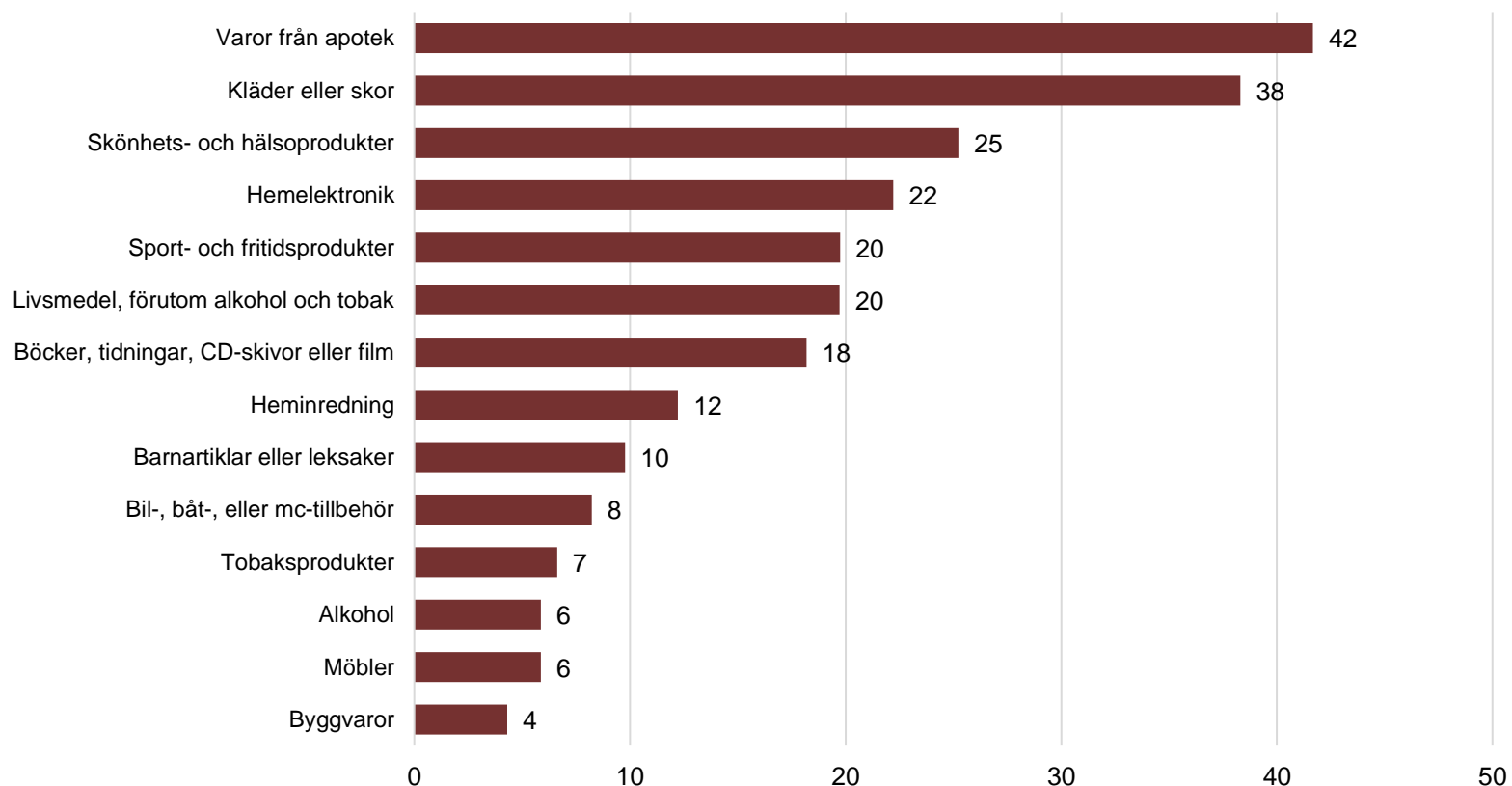


Varor från apotek var den vanligaste kategorin även under april, som hela 42 procent av e-handelskonsumenterna inhandlade. Den näst vanligaste e-handelskategorin var kläder och skor som handlades av 38 procent av e-handelskonsumenterna. Skönhets- och hälsoprodukter och hemelektronik var andra populära e-handelsprodukter i april.

70 %

har e-handlat i april 2022

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



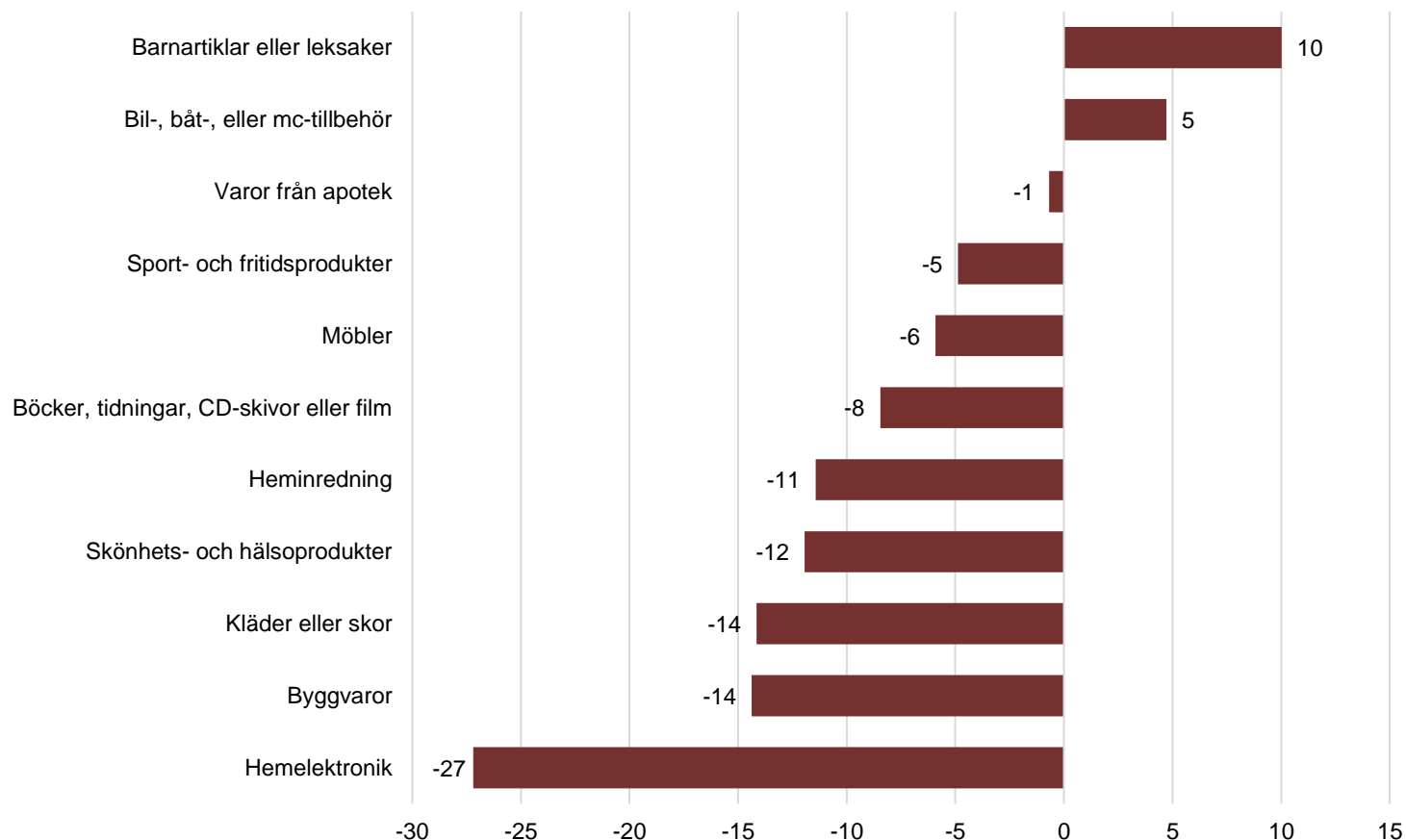
Bas: Konsumenter 18-89 år som har e-handlat.

Negativ konsumtionsutveckling på nätet i flertalet varukategorier



Näst intill samtliga varukategorier har så här långt under året backat i omsättning på nätet jämfört med samma period under 2021. Undantagen är e-handeln med barnartiklar och leksaker, som tack vare starkt april tillväxt uppvisar positiva tillväxttal, samt e-handeln med bil-, båt- och mc-tillbehör. Elektronikhandeln backar mest i omsättning hittills i år. E-handelsutvecklingen tyngs av att konsumenterna i större utsträckning återigen väljer att handla i fysiska butiker efter att pandemirestriktionerna slopades i mitten av februari.

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



Stark e-handel från utlandet i april

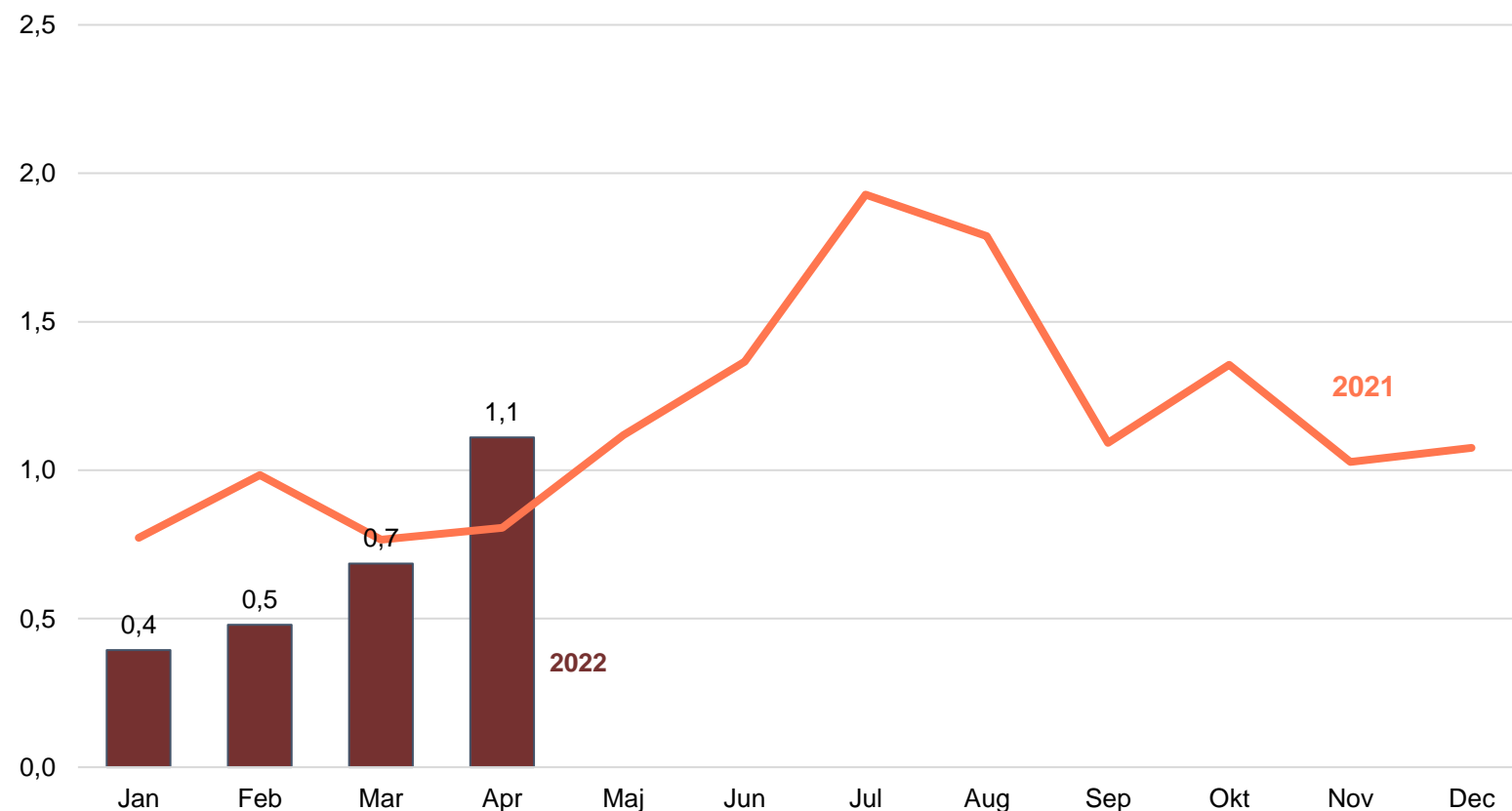


Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utlandet. Utvecklingen 2022 var svag i januari och februari jämfört med fjolåret men återhämtade sig något i mars. I april ökade e-handeln från utlandet kraftigt till 1,1 miljarder kronor. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de fyra första månaderna 2022 uppgick till 2,7 miljarder vilket är något lägre än de 3,3 miljarder som uppmättes under samma period 2021.

1100 mkr

E-handel från utlandet
i april 2022

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor

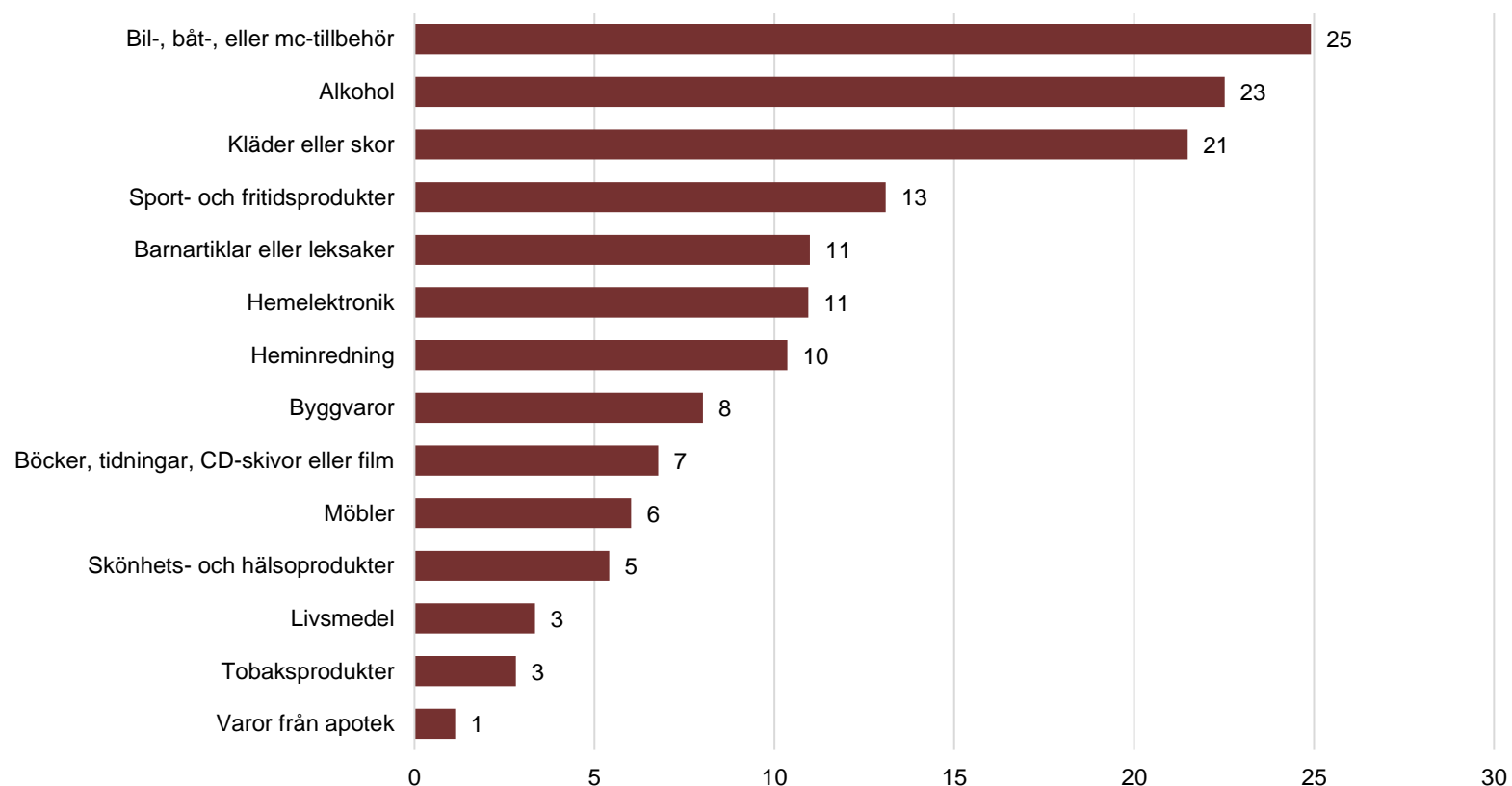


Hög utlandsandel för e-handeln med bil-, båt- och mc-tillbehör SH



Kläder och skor, följt av sport- och fritidsprodukter och hemelektronik, är de produkter som flest svenskar e-handlar från utlandet. Om man istället studerar hur stor andel av de som e-handlat i en viss varukategori som har handlat från utlandet finns det högsta utlandsinlaget i e-handelskategorin bil-, båt- och mc-tillbehör. Var fjärde person som e-handlat i kategorin har, i genomsnitt under årets första fyra månader, gjort det från en utländsk e-handelsaktör. Även alkohol och kläder och skor har en hög andel e-handelskonsumenter som e-handlat från utlandet. Minst konkurrensutsatt från utländsk e-handel är varor från apotek samt livsmedel och tobaksprodukter.

Andelen konsumenter som e-handlat från utlandet (enbart från utlandet eller både från utlandet och svensk aktör) av det totala antalet som e-handlat i respektive varukategori. Genomsnitt januari-april 2022.



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.

Datinsamlingen 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 april 2022 genomfördes undersökningen den 2-9 maj 2022. Totalt genomfördes 2 074 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 58 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**