



# E-handelsindikatorn Mars 2022

**SH** Svensk  
Handel

### ”Tydlig avmattning jämfört med 2021”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

#### Omsättning mars 2022 jämfört med mars 2021

**-17%**

E-handel i Sverige

**-18%**

E-handel i Sverige och från utlandet

#### Utveckling januari-mars 2022 jämfört med samma period 2021

**-13%**

E-handel i Sverige

**-15%**

E-handel i Sverige och från utlandet

### Tydlig avmattning, men jämförelser med 2021 skymmer sikten för e-handeln

Svensk Handels E-handelsindikator för mars månad visar att e-handels omsättning återigen hamnar kraftigt lägre, minus 17 procent, jämfört med samma månad föregående år. Det är samma minskningstakt som i februari. Inkluderar man även svenska konsumenters köp från utländska e-handelsaktörer sjönk omsättningen med 18 procent i mars. Under första kvartalet 2022 backar e-handels omsättning med totalt 13 procent. Jämfört med februari 2022 steg dock e-handelsomsättningen påtagligt i mars.

- E-handeln kommer under hela 2022 att behöva brottas med de mycket höga jämförelsetalen från 2021. Utan pandemin kan man inte vänta sig nya försäljningsrekord på kort sikt inom e-handeln och det mesta talar för att omsättningen blir lägre i år än 2021. Det hindrar dock inte att e-handeln, som nu i mars, faktiskt steg med drygt 2 miljarder kronor jämfört med månaden innan, säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Andelen av konsumenterna som e-handlat ökade till 67 procent från förra månadens 64 procent. Det är dock 4 procentenheter lägre än mars 2021 då 71 procent e-handlade. Trots en lägre andel e-handelskonsumenter i mars 2022 jämfört med mars 2021 är det i huvudsak ett fortsatt lägre genomsnittligt köpbelopp bland de som e-handlar som förklarar den minskande omsättningen inom e-handeln. Det genomsnittliga köpbeloppet var 16 procent lägre i mars 2022 jämfört med samma månad förra året.

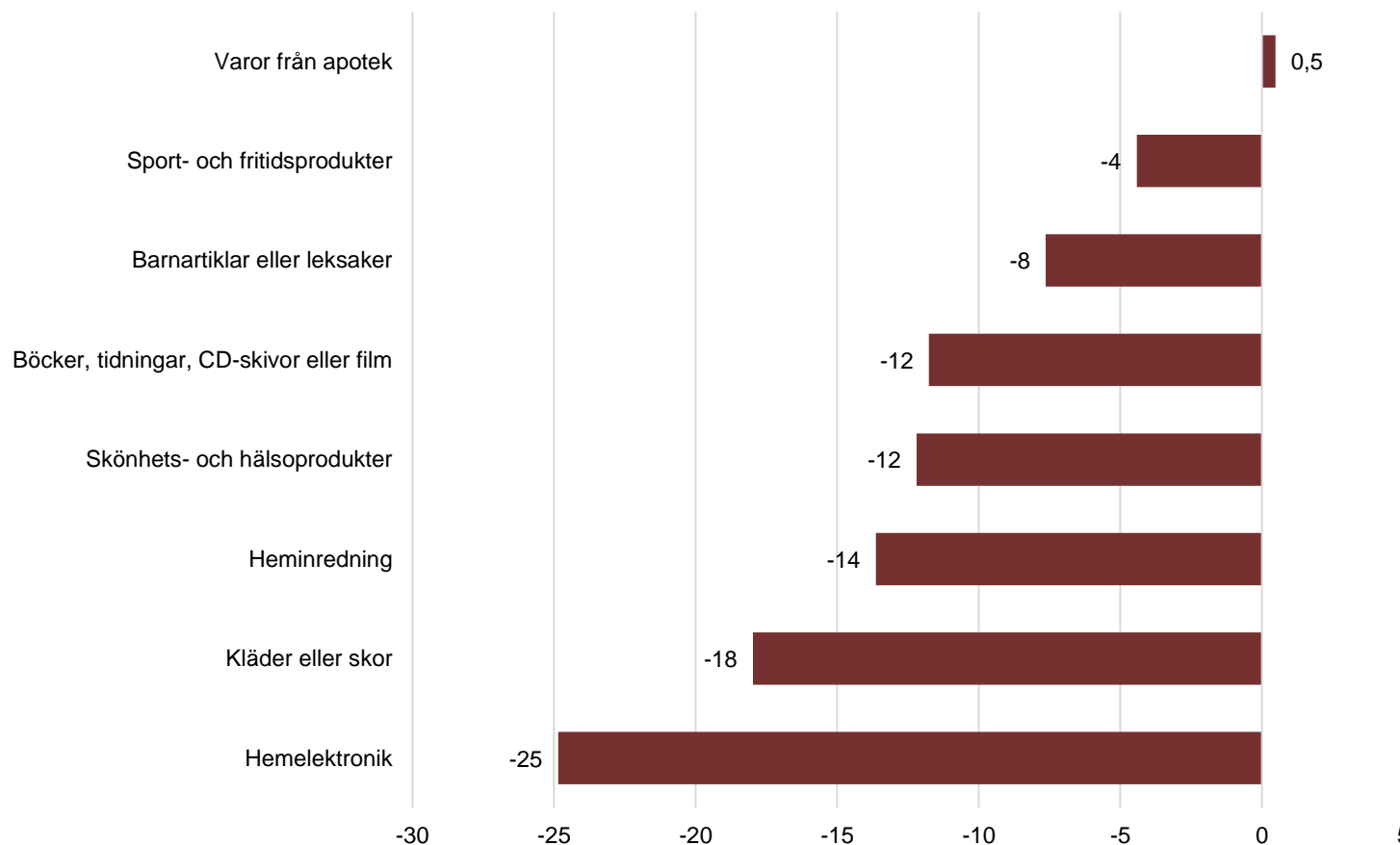
- De genomsnittliga köpbeloppen är huvudförklaring till den lägre omsättningen inom e-handeln när vi jämför med 2021. Utvecklingen inom e-handeln mattas nu av, men det är också ett faktum att det genomsnittliga köpbeloppet i mars 2022 var 70 procent högre än precis före pandemin. Den relativt höga omsättningen inom e-handeln skymms av rekordåret 2021, säger Johan Davidson.

# E-handelskonsumtionen minskar i flera stora varukategorier



*Efter att de sista restriktionerna kopplade till covid-19 togs bort har allt fler konsumenter återvänt till butikerna. Det är huvudförklaringen till att nästintill samtliga stora e-handelskategorier minskar i omsättning, flera kraftigt, under första kvartalet 2022. Undantaget är e-handel av varor från apotek som är svagt positiv jämfört med samma period 2021.*

**Omsättningstillväxt januari-mars 2022 jämfört med samma period 2021, procent**



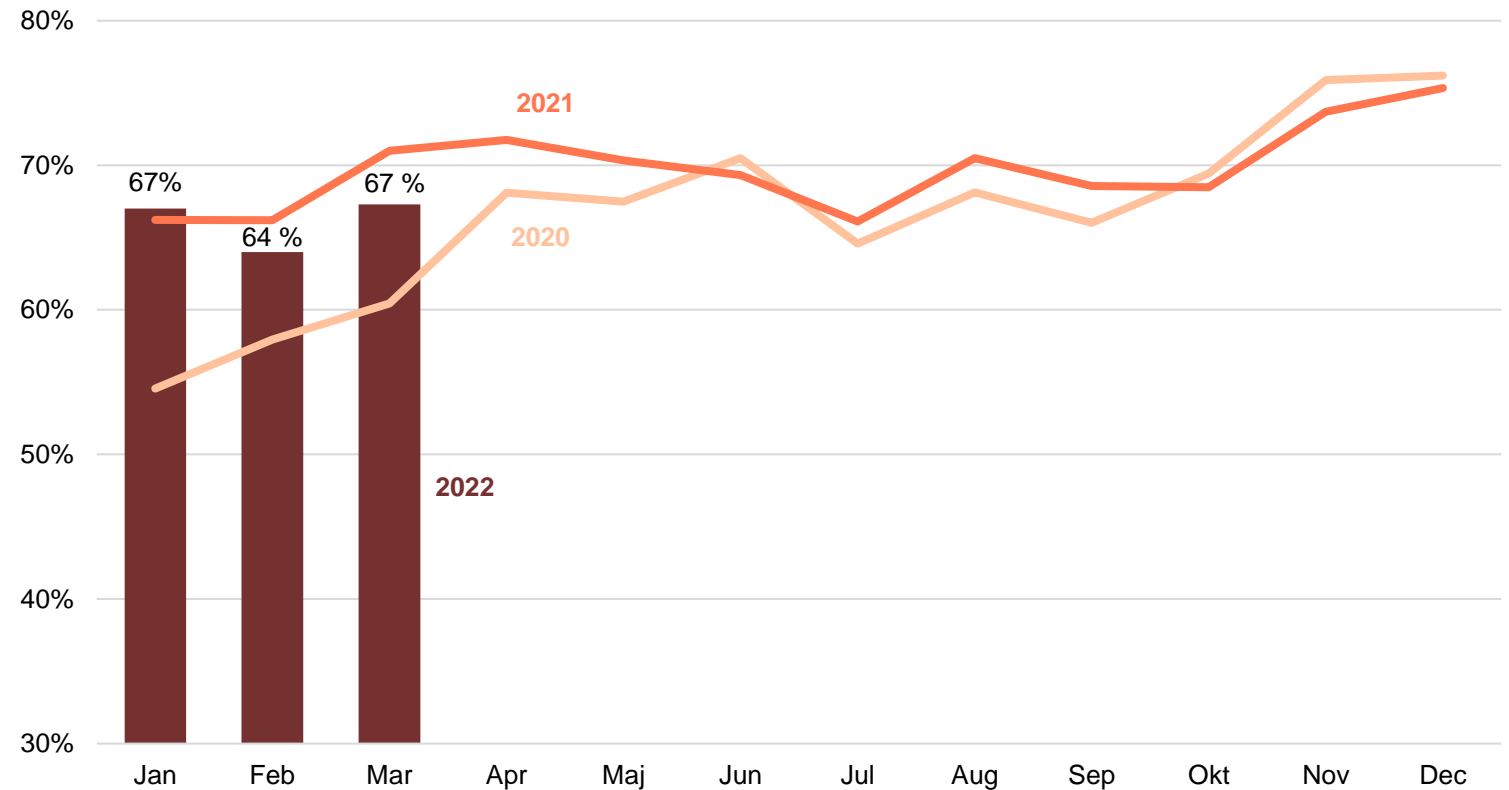
# Andelen som e-handlar lägre än under 2021



67 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i mars 2022. Det är en högre andel än föregående månad men lägre än i mars förra året då 71 procent e-handlade.

Andelen e-handelskonsumenter är dock, i likhet med januari och februari, betydligt högre än samma period 2020 då coronapandemin ännu inte fullt ut fått genomslag i ändrade konsumentbeteenden gällande e-handel. Från och med april kommer jämförelsetalen att vara höga för såväl 2020 som 2021.

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



# Varor från apotek fortsatt den vanligaste e-handelskategorin

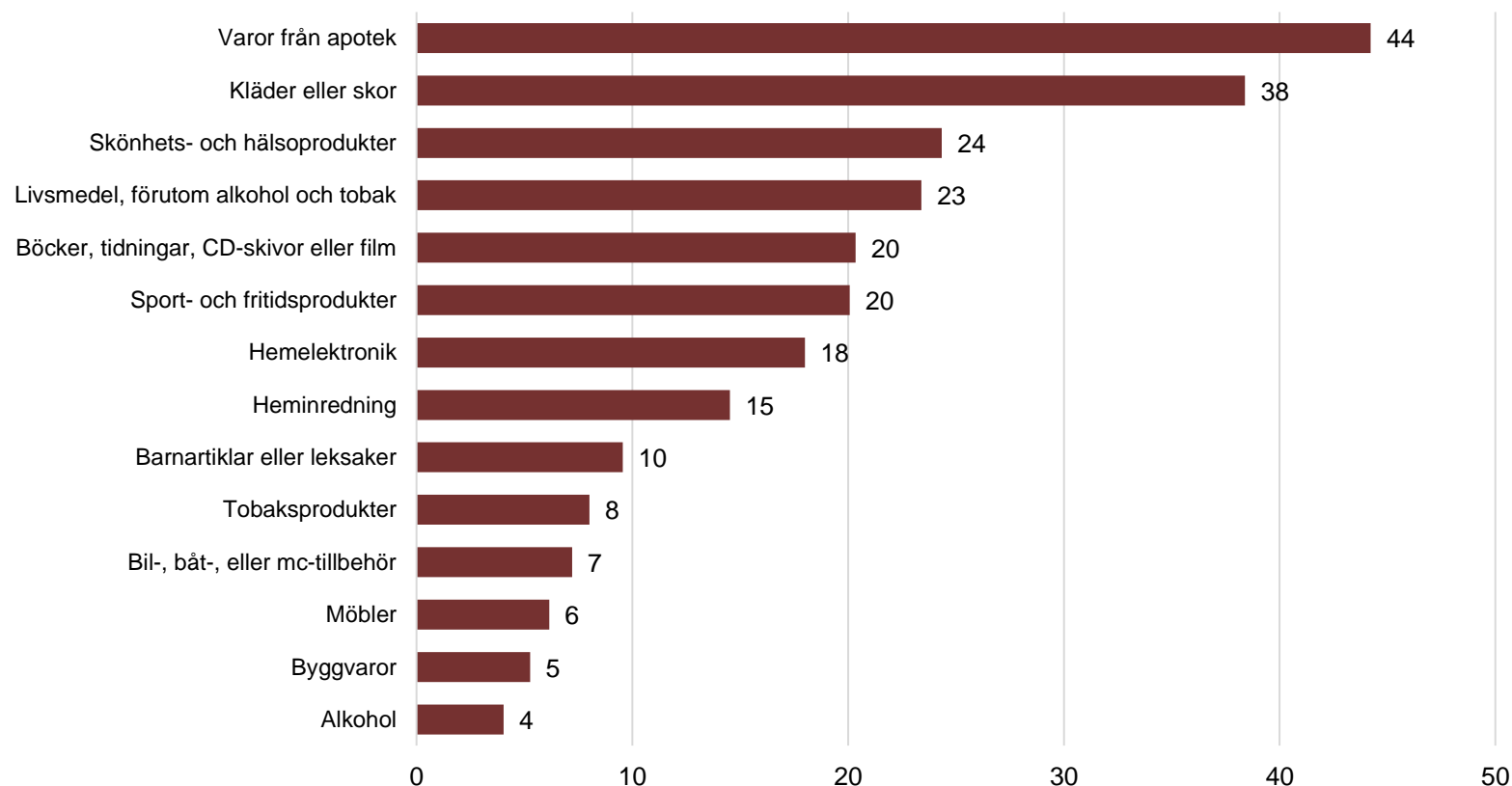


Varor från apotek handlades, i likhet med i januari och februari, av flest e-handelskonsumenter under mars månad, 44 procent. Den näst vanligaste e-handelskategorin var kläder och skor som handlades av 38 procent av e-handelskonsumenterna. Andra populära e-handelskategorier är skönhets- och hälsoprodukter, livsmedel samt böcker och sportartiklar. Samtliga dessa kategorier handlas av var femte e-handelskonsument eller fler.

**67 %**

har e-handlat i mars 2022

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



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

# Genomsnittliga köpbeloppet fortsatt lägre än under 2021

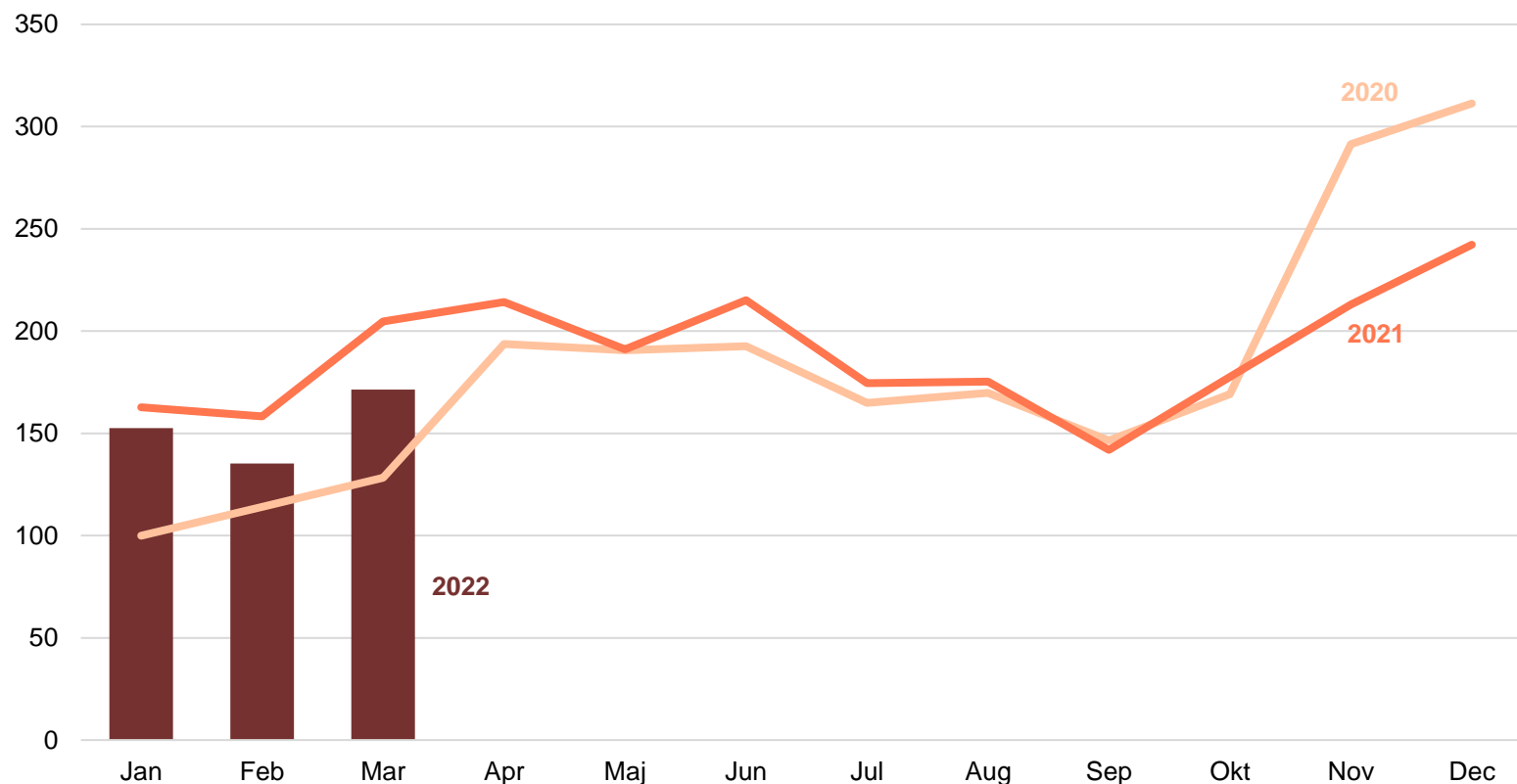


**Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument var 16 procent lägre i mars 2022 än samma månad 2021. Det är i nivå med minskningen i februari då köpbeloppet var 15 procent lägre än 2021. Det minskade snittköpet förklarar huvuddelen av den totala nedgången i e-handelskonsumtion i mars jämfört med fjolåret. Effekten förstärks av att andelen som e-handlat minskade med 4 procentenheter. Trots nedgången jämfört med 2021 var det genomsnittliga köpbeloppet 71 procent högre i mars 2022 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.



# Omsättningen för e-handel från utlandet ökar från låga nivåer

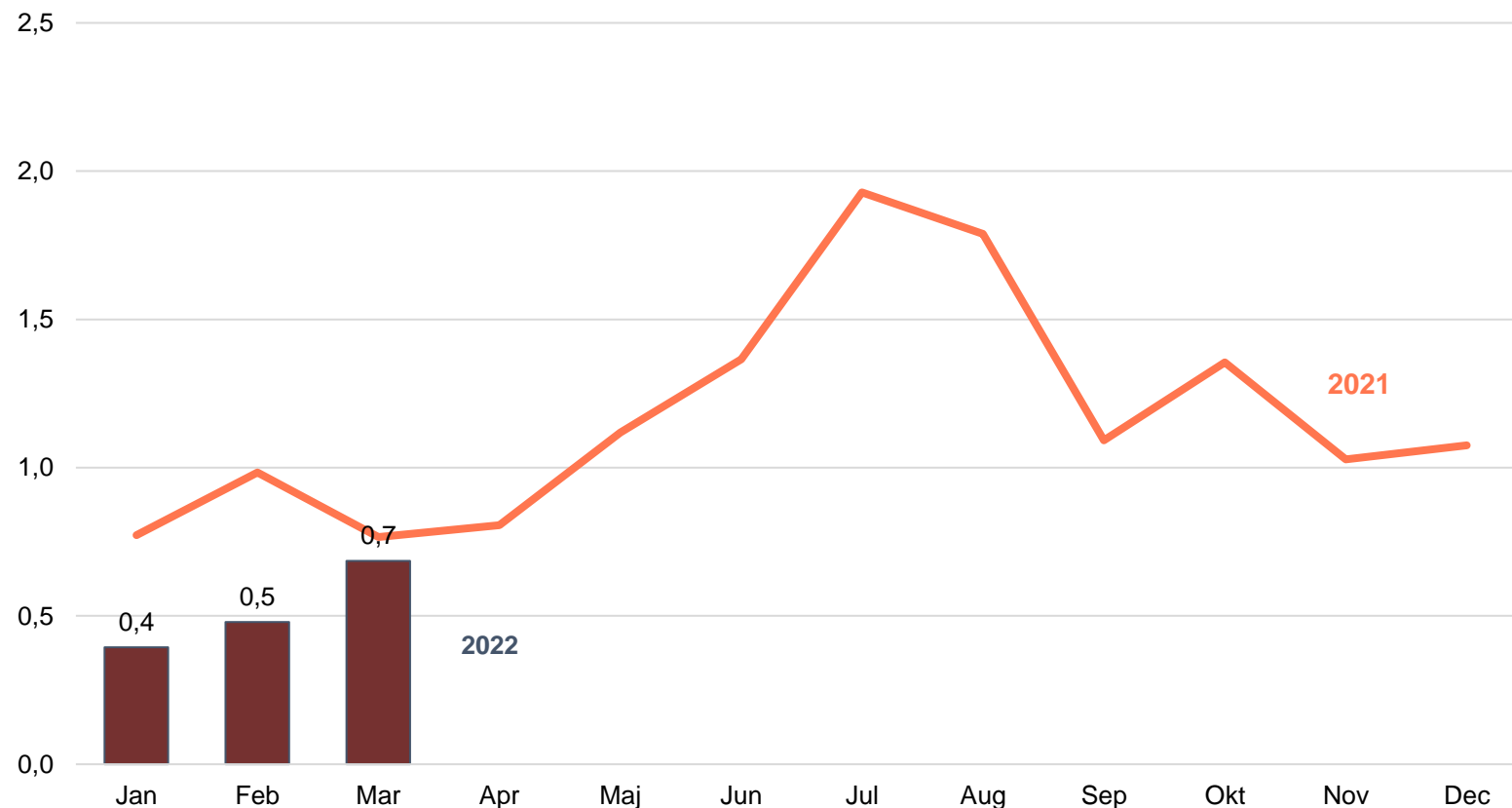


Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utlandet. Utvecklingen 2022 var svag i januari och februari jämfört med fjolåret men återhämtade sig något i mars jämfört med mars 2021. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet första kvartalet 2022 uppgick till 1,6 miljarder jämfört med 2,5 miljarder samma period förra året.

## 700 mkr

E-handel från utlandet  
i mars 2022

*Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor*

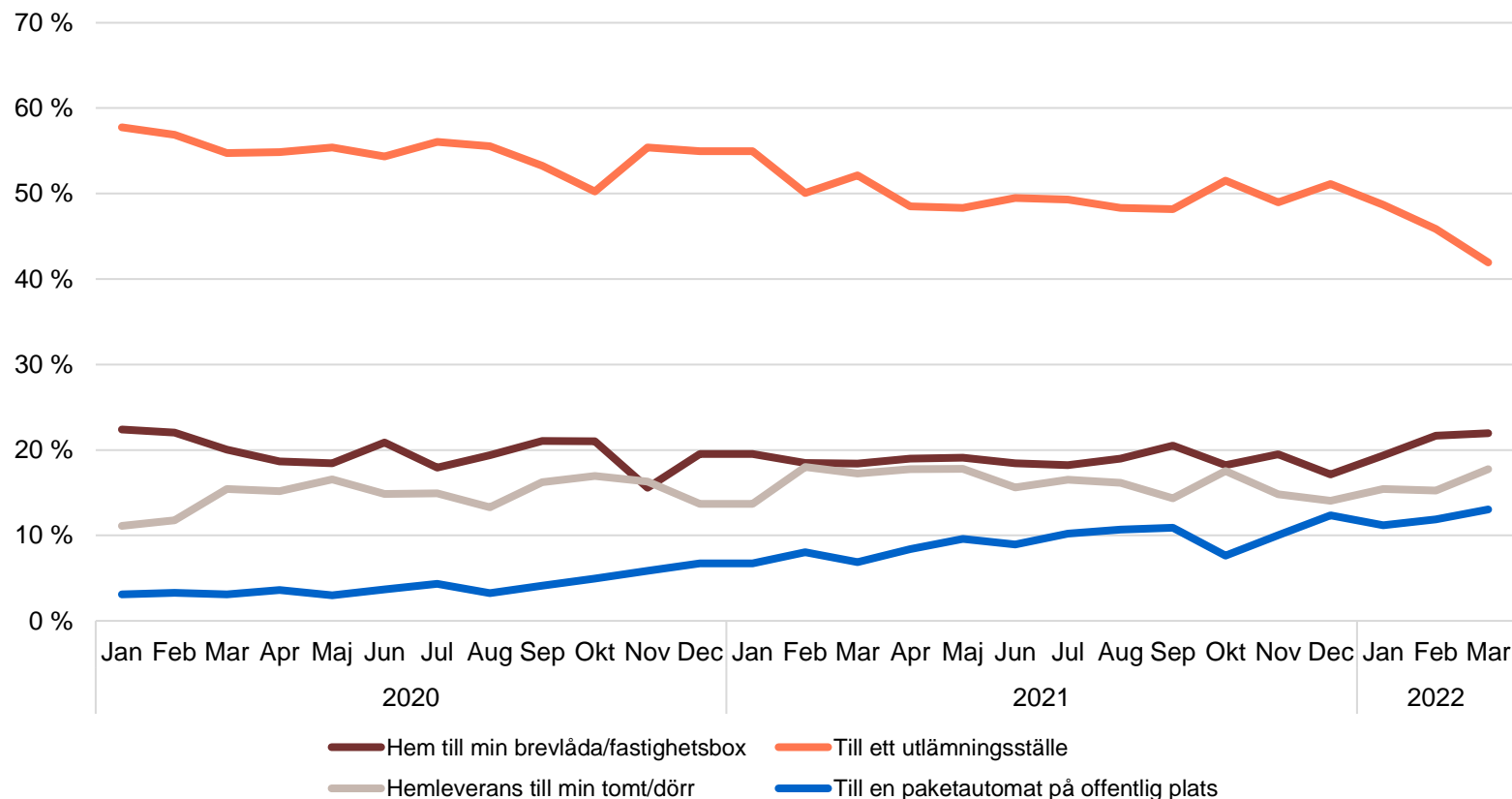


# Andelen varor som levereras till utlämningsställe minskar



Andelen paket som levereras till ett utlämningsställe, till exempel mat- eller tobaksaffär som är paketombud, har tydligt minskat under 2021 och framförallt under 2022. 42 procent av e-handelskonsumenterna fick i mars 2022 sitt senaste inköp levererat till ett utlämningsställe att jämföra med 58 procent i januari 2020. Framförallt är det leveranser till paketautomat på offentlig plats som istället ökat, från 3 procent till 13 procent under samma mätperiod. Även hemleveranser till tomt/dörr ökar.

Tänk tillbaka på din senaste leverans av en fysisk vara/varor som du köpte på internet. Hur fick du då varan levererad? (De fyra vanligaste leveranssätten redovisas i diagrammet)





## 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 korrigerar 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 mars 2022 genomfördes undersökningen den 1-10 april 2022. Totalt genomfördes 2 041 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 61 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](http://svenskhandel.se)**

**SH Svensk  
Handel**