



E-handelsindikatorn Oktober 2022

SH Svensk
Handel

”Nedgången i svenska konsumenters e-handel från utlandet blir kraftig”

Per Ljungberg, Chief Innovation Officer, Svensk Handel

Omsättning oktober 2022 jämfört med oktober 2021

-16%

E-handel i Sverige

-17%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-oktober 2022 jämfört med samma period 2021

-11%

E-handel i Sverige

-14%

E-handel i Sverige och från utlandet

Svag oktobermånad för e-handeln

Svensk Handels E-handelsindikator för oktober månad visar att e-handelns omsättning, mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer, sjönk med 16 procent jämfört med samma månad föregående år. När e-handeln från utländska aktörer inkluderas var utvecklingen ännu något sämre, minus 17 procent.

Den negativa utvecklingen förklaras dels av att andelen som e-handlade var färre, 64 procent i oktober i år jämfört med 68 procent i oktober 2021, och dels av att det genomsnittliga köpbeloppet minskade med 13 procent.

- Undantaget september har omsättningen i e-handeln minskat betydligt varje månad 2022 jämfört med samma månad 2021. Det rör sig om en bred nedgång som drabbar flertalet branscher. Ackumulerat över året har omsättningen, trots den höga inflationen, minskat med 11 procent. Vi kan därför med säkerhet säga att försäljningen i volym har minskat betydligt mer än så, säger Per Ljungberg, Chief Innovation Officer på Svensk Handel.

Särskilt svag har utvecklingen under året varit sett till svenska konsumenters e-handel från utländska aktörer. E-handeln från utlandet har sjunkit från cirka 12 miljarder under årets 10 första månader 2021 till cirka 7,5 miljarder under samma period i år.

- Förutom att andelen av befolkningen som e-handlar har sjunkit 2022 jämfört med 2021 handlar färre av de som e-handlar från utlandet. I kombination med lägre genomsnittliga köpbelopp innebär det att nedgången i svenska konsumenters e-handel från utlandet blir kraftig, säger Per Ljungberg och fortsätter:
- Nu stundar Black Friday och julhandeln. Två exceptionellt viktiga händelser för e-handeln och företagen står väl förberedda. Nu hoppas vi på att årets sista mätningar visar på ett välbehövligt uppsving för en prövad bransch.

Svag oktobermånad för e-handelsomsättningen



Efter en oväntat stark septembermånad minskade omsättningen återigen under oktober jämfört med fjolåret. Hemelektronikhandeln var en av de branscher som minskade mest, medan nikotin- och tobakshandeln uppvisade en stark tillväxt i oktober.

Omsättningen i oktober var 16 procent lägre än samma månad 2021. Omsättningen var även den lägsta sedan februari i år och 12 procent lägre än september. Med tanke på den höga inflationen bör det också understrykas att alla omsättningssiffror är i löpande priser.

Utveckling per kvartal 2022 jämfört med 2021

-13%

Kvartal 1

-15%

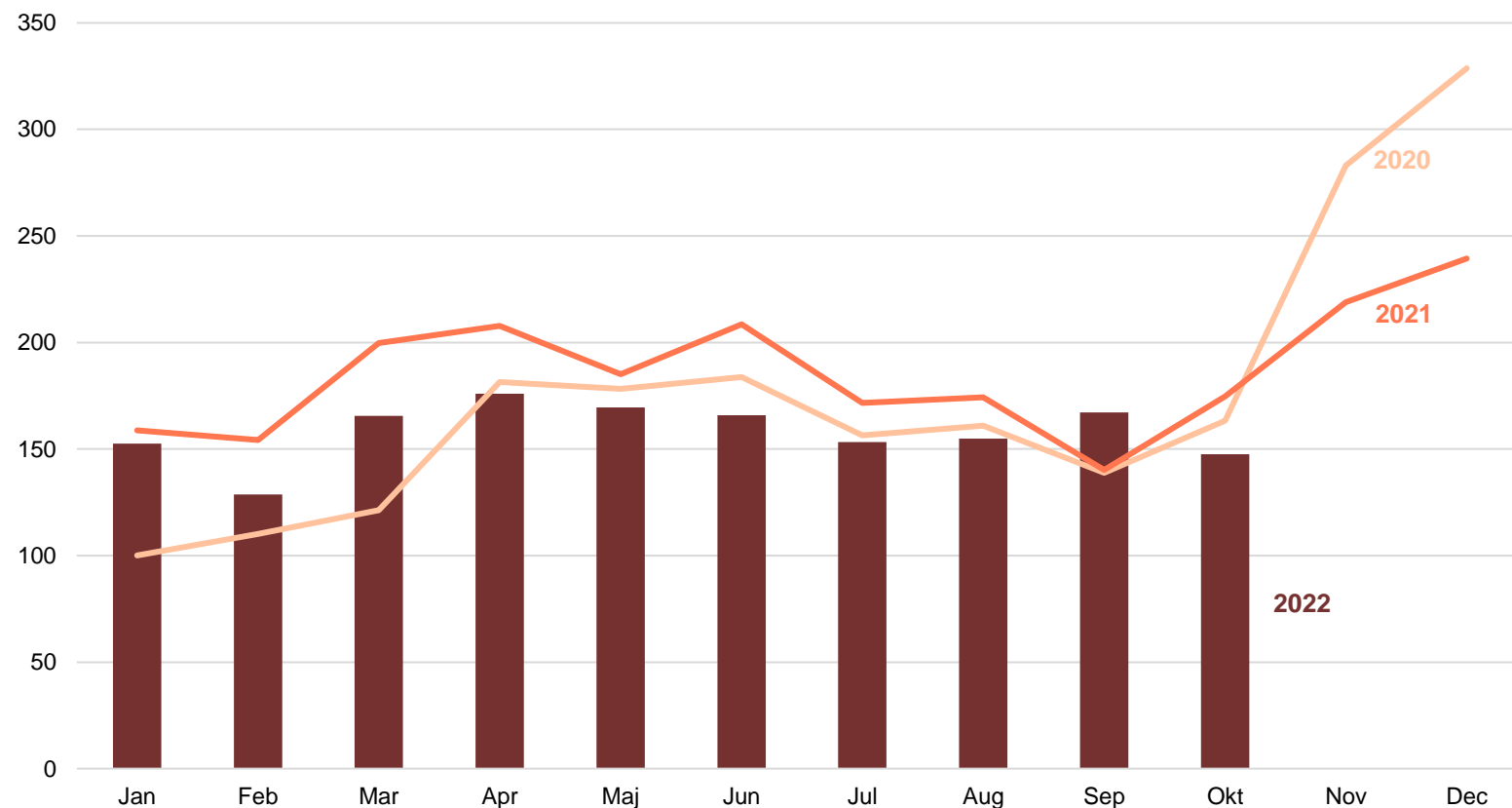
Kvartal 2

-2%

Kvartal 3

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

Index Januari 2020 = 100.



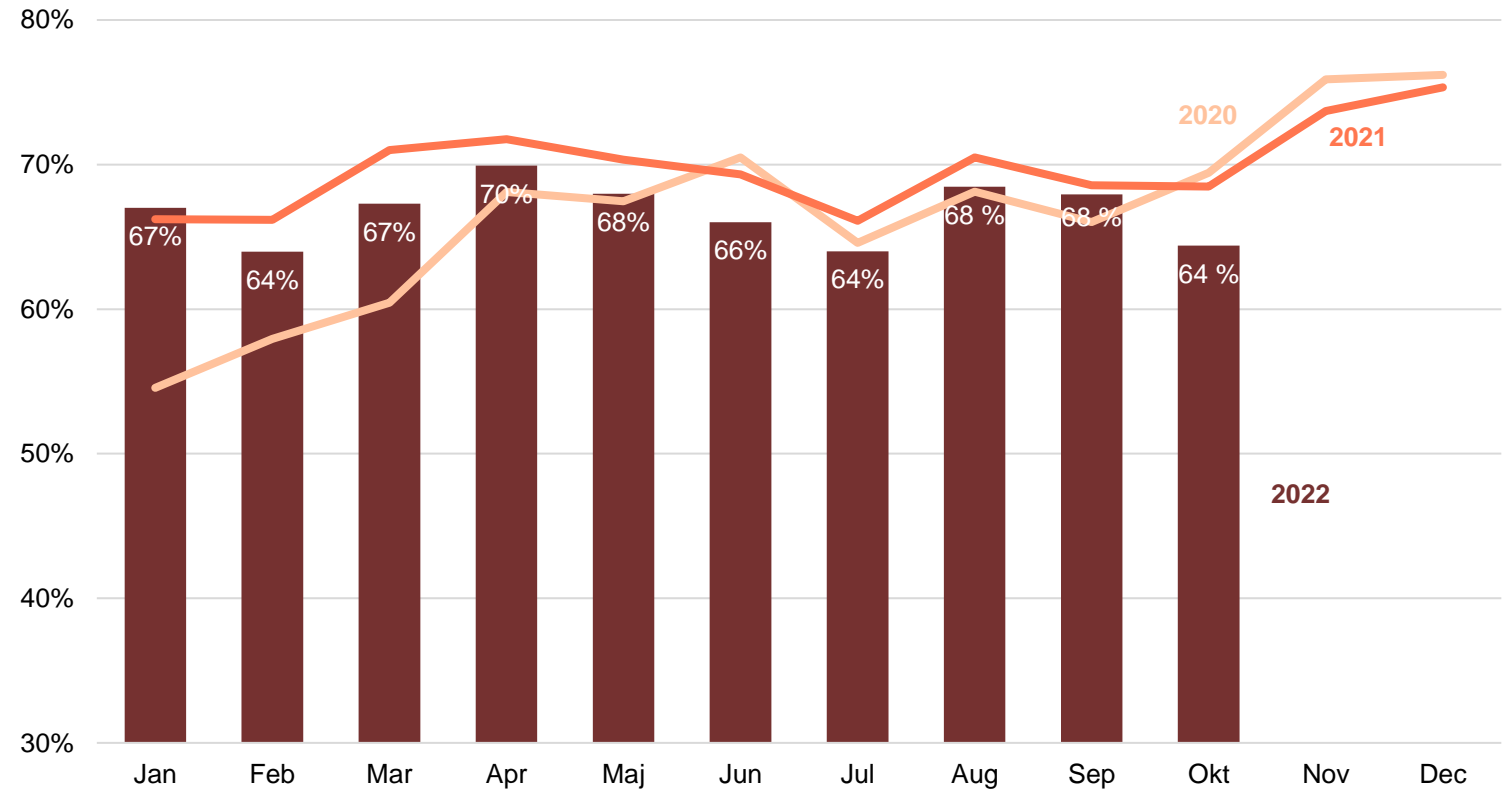
64 procent e-handlade i oktober



64 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i oktober 2022. Det var 4 procent färre än fjolårets oktobermånad och även 4 procent färre än i september i år.

Minskningen i andelen som e-handlade mellan september och oktober framstår som relativt kraftig i ljuset av att oktober var en betydligt starkare e-handelsmånad jämfört med september både 2020 och 2021

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



Det genomsnittliga köpbeloppet återigen lägre än förra året



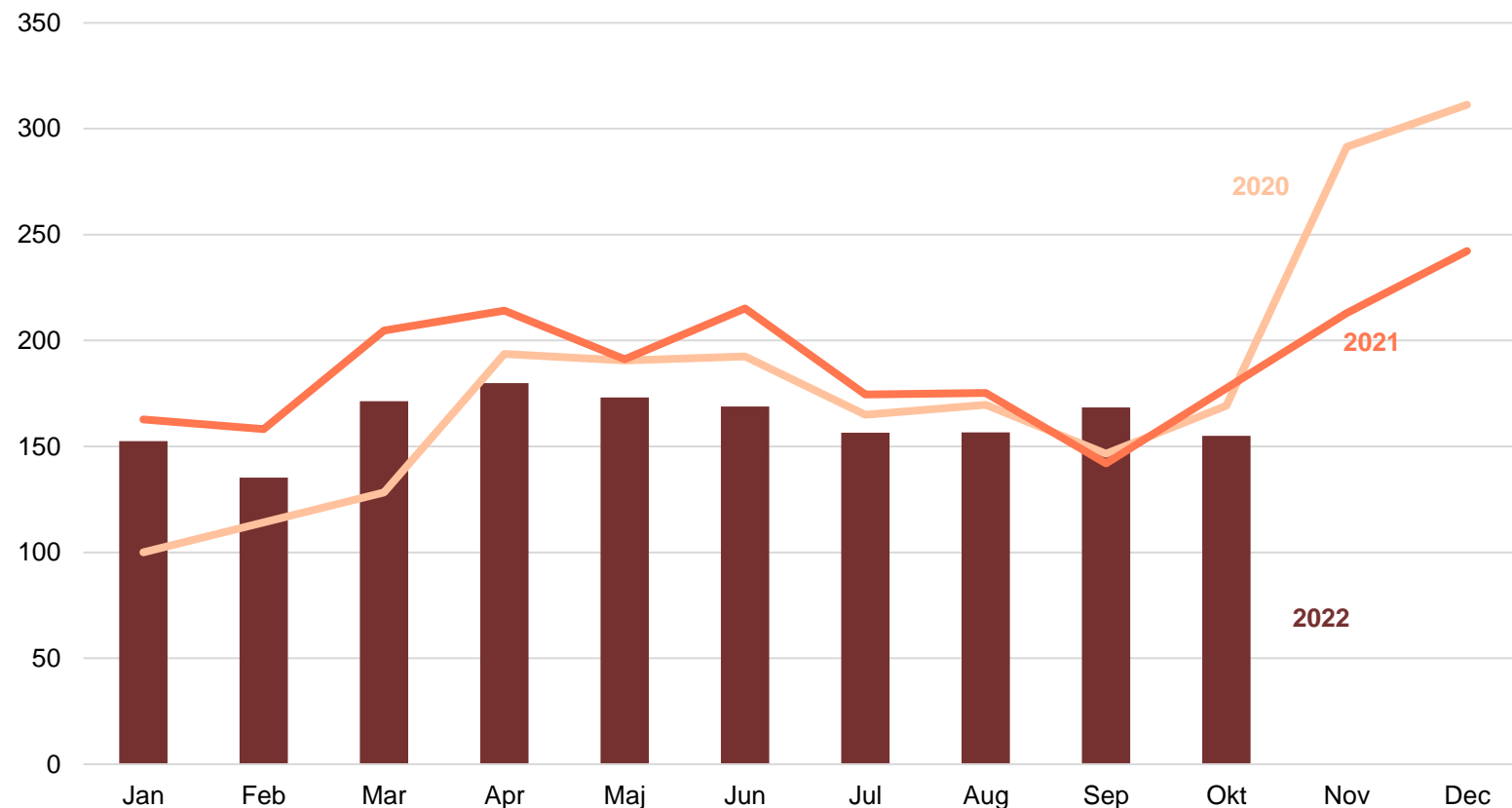
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade med 13 procent i oktober jämfört med samma månad 2021. Noterbart är att utvecklingen 2022 är den omvända jämfört med både 2020 och 2021 då det genomsnittliga köpbeloppet ökade i oktober.

I genomsnitt under året så här långt är det genomsnittliga köpbeloppet per konsument 10 procent lägre än 2021. Under samtliga månader förutom september har köpbeloppet understigit jämförelsemånaden 2021.

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.

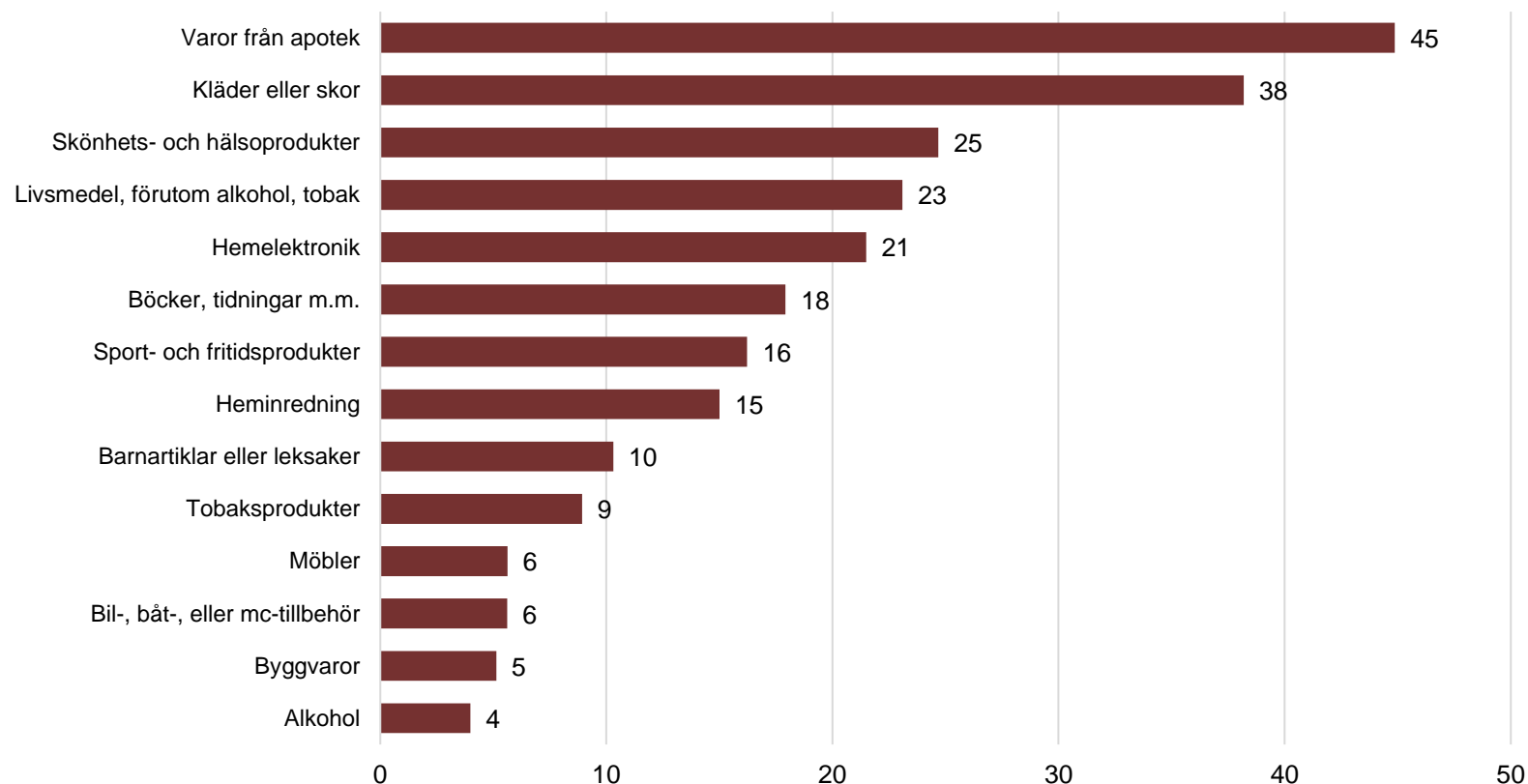


Varor från apotek samt kläder och skor populärast att e-handla i oktober



45 procent av e-handelskonsumenterna köpte varor från apotek från svensk hemsida i oktober. Varukategorin fick ett kraftigt lyft i inledningen av pandemin och är sedan dess generellt den vanligaste kategorin att e-handla inom. Näst vanligaste produkterna att e-handla var kläder eller skor följt av skönhets- och hälsoprodukter respektive livsmedel

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



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

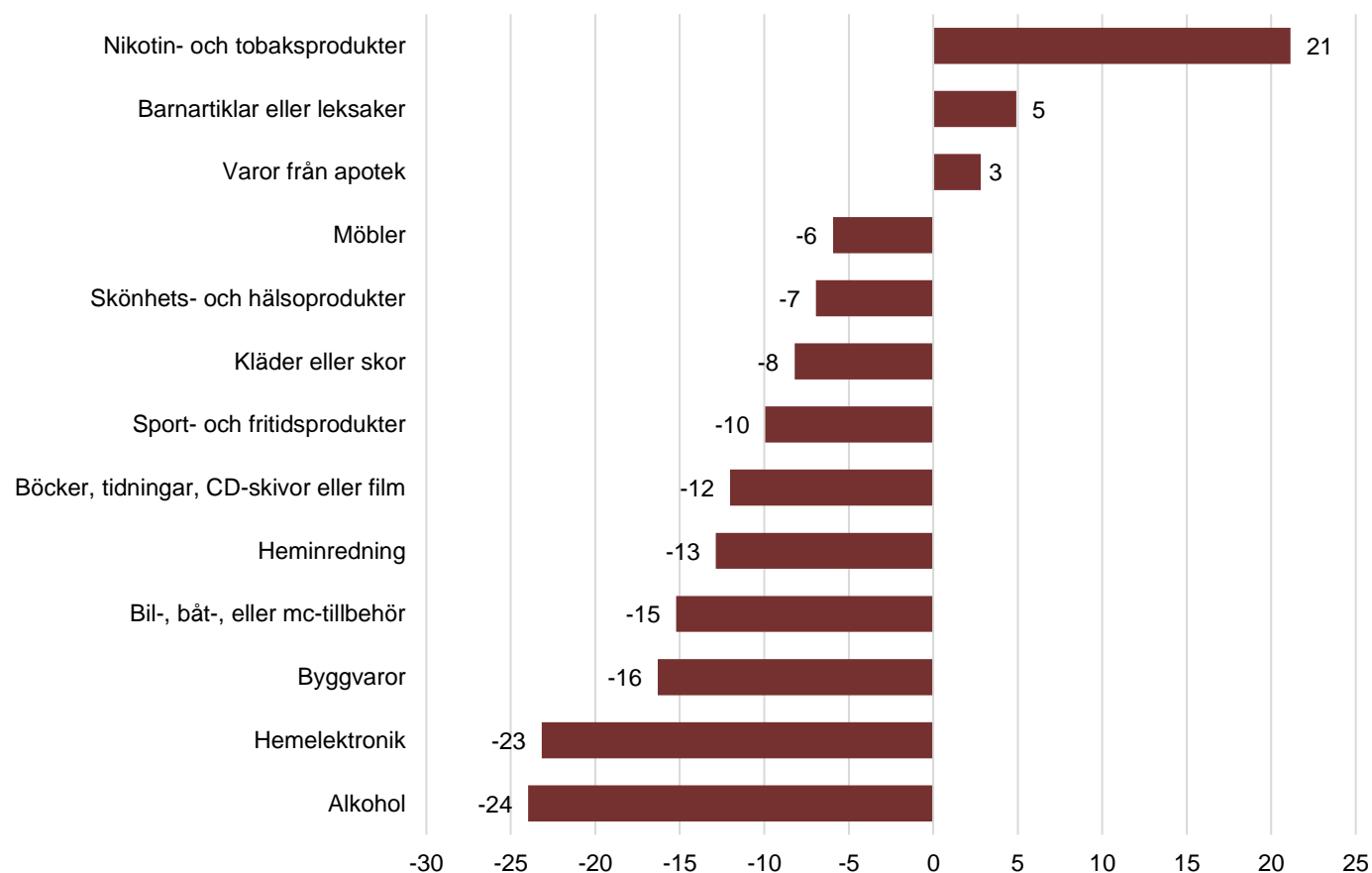
Omsättningen backar i flertalet varukategorier



Trots att septemberutvecklingen var oväntat stark har omsättningen i e-handeln, sett över hela perioden januari till och med oktober i år, minskat jämfört med fjolåret i flertalet varukategorier. Undantagen är nikotin- och tobaksprodukter, barnartiklar och leksaker samt varor från apotek. Särskilt den förstnämnda kategorin har utvecklats starkt.

Hittills i år backar e-handeln av alkohol mest, följt av e-handeln av hemelektronik och byggvaror.

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



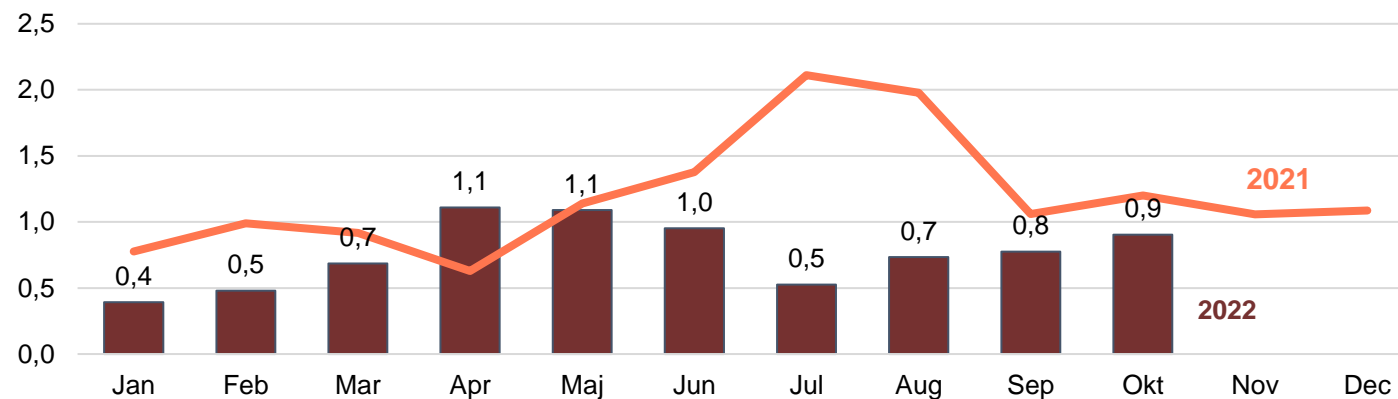
E-handeln från utlandet fortsatt svagare än fjolårets



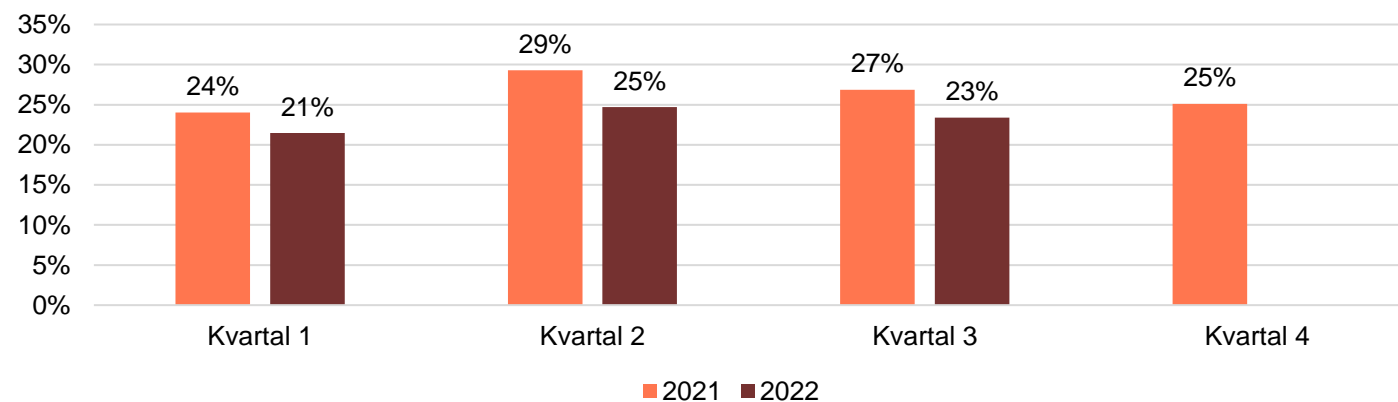
E-handeln från utlandet uppgick till 900 miljoner kronor i oktober vilket är lägre än fjolårets 1,2 miljarder samma månad. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de tio första månaderna 2022 uppgick till 7,6 miljarder kronor, en minskning med 4,6 miljarder kronor jämfört med de 12,2 miljarder kronor som uppmättes under samma period 2021.

Under tredje kvartalet e-handlade 23 procent av e-handelskonsumenterna från utlandet, vilket är 4 procentenheter lägre än motsvarande andel samma kvartal 2021. Minskningar av ungefär motsvarande storlek observerades även under första och andra kvartalet i år.

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor



Andel e-handelskonsumenter som har e-handlat från utlandet per kvartal 2021 och 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.

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 oktober 2022 genomfördes 2032 intervjuer den 1-9 november vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 60 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**