

# E-handelsindikatorn September 2022



**SH** Svensk  
Handel

### ”Viss återhämtning i e-handeln”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

#### Omsättning september 2022 jämfört med september 2021

**19%**

E-handel i Sverige

**14%**

E-handel i Sverige och från utlandet

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

**-10%**

E-handel i Sverige

**-13%**

E-handel i Sverige och från utlandet

### Oväntat stark septembermånad för e-handeln – men svag jämförelsemånad och prisuppgång huvudförklaringar

Svensk Handels E-handelsindikator för september månad visar att e-handelns omsättning steg med 19 procent jämfört med samma månad föregående år. Jämförelsemånaden september 2021 var dock ovanligt svag med den lägsta omsättningen sedan pandemin startade, vilket är huvudförklaringen till den stora procentuella uppgången. Från januari till och med september har omsättningen minskat med 10 procent mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer och med 13 procent när även e-handeln från utländska aktörer inkluderas.

- E-handeln i september överraskade med en stor uppgång, även om jämförelsen görs med förra årets svagaste försäljningsmånad. Jämfört med augusti i år var uppgången 8 procent i september. En del av detta kan förklaras med prishöjningar, men vi bedömer att det även var en viss uppgång räknat i volym i september. E-handeln återhämtade sig alltså något i september jämfört med de senaste månadernas svaga utveckling säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Andelen som e-handlade uppgick till 68 procent i september vilket bara är marginellt lägre än motsvarande andel i september förra året.

- Andelen av befolkningen som e-handlat fortsatte att ligga på en hög nivå i september. Beteendeförändringen från pandemin består alltså i huvudsak, även om mer av inköpsbeloppen styrts om till den fysiska handeln under året. Det är för tidigt att säga om den starka septembersiffran utgör ett trendbrott, men det är klart att även inflationen framöver kommer att påverka jämförelsen mot tidigare år, säger Johan Davidson.

# Oväntat stark septembermånad för e-handelsomsättningen



Omsättningen i e-handeln växte oväntat mycket i september. Många av de största e-handelsbranscherna, bland annat hemelektronikhandeln och sporthandeln uppvisade starka tillväxttal.

Jämförelsetalen från både 2020 och 2021 var dock förhållandevis svaga.

Omsättningen i september var 19 procent högre än samma månad 2021. Det är första gången i år som omsättningen överträffar jämförelsetalen både 2021 och 2020 (borträknat perioden innan pandemiutbrottet). 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%

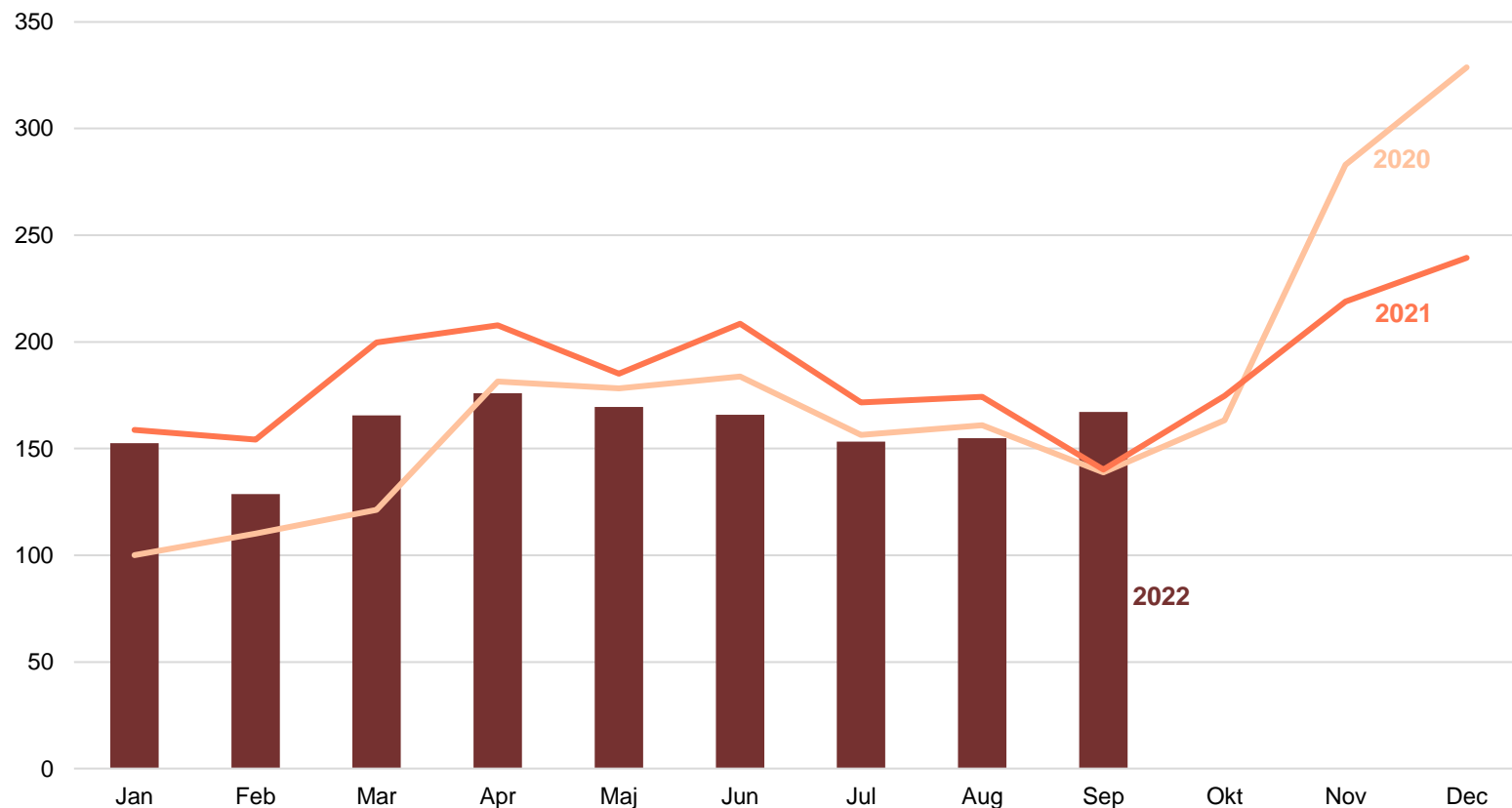
Kvartal 2

-2%

Kvartal 3

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

Index Januari 2020 = 100.



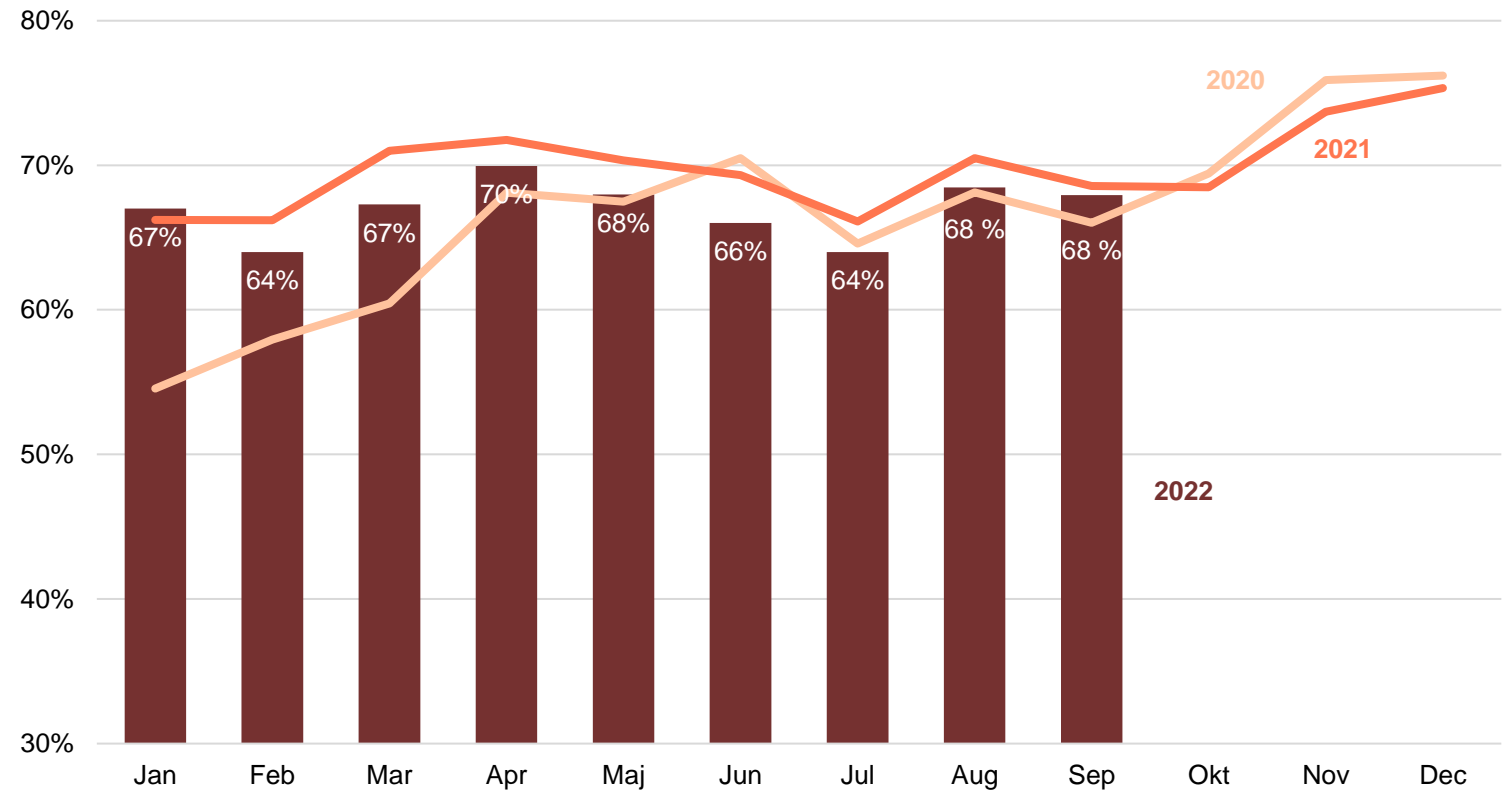
# 68 procent e-handlade i september



68 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i september 2022. Det var bara marginellt lägre än fjolåret. Sedan februari i år har andelen e-handelskonsumenter annars konsekvent varit ett par procentenheter lägre än 2021.

Även om skillnaderna är små indikerar septembarmätningen att andelen e-handelskonsumenter minskade mindre mellan augusti och september 2022 än mellan samma månader de föregående två åren.

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



# Det genomsnittliga köpbeloppet överträffade både 2020 och 2021 års nivåer



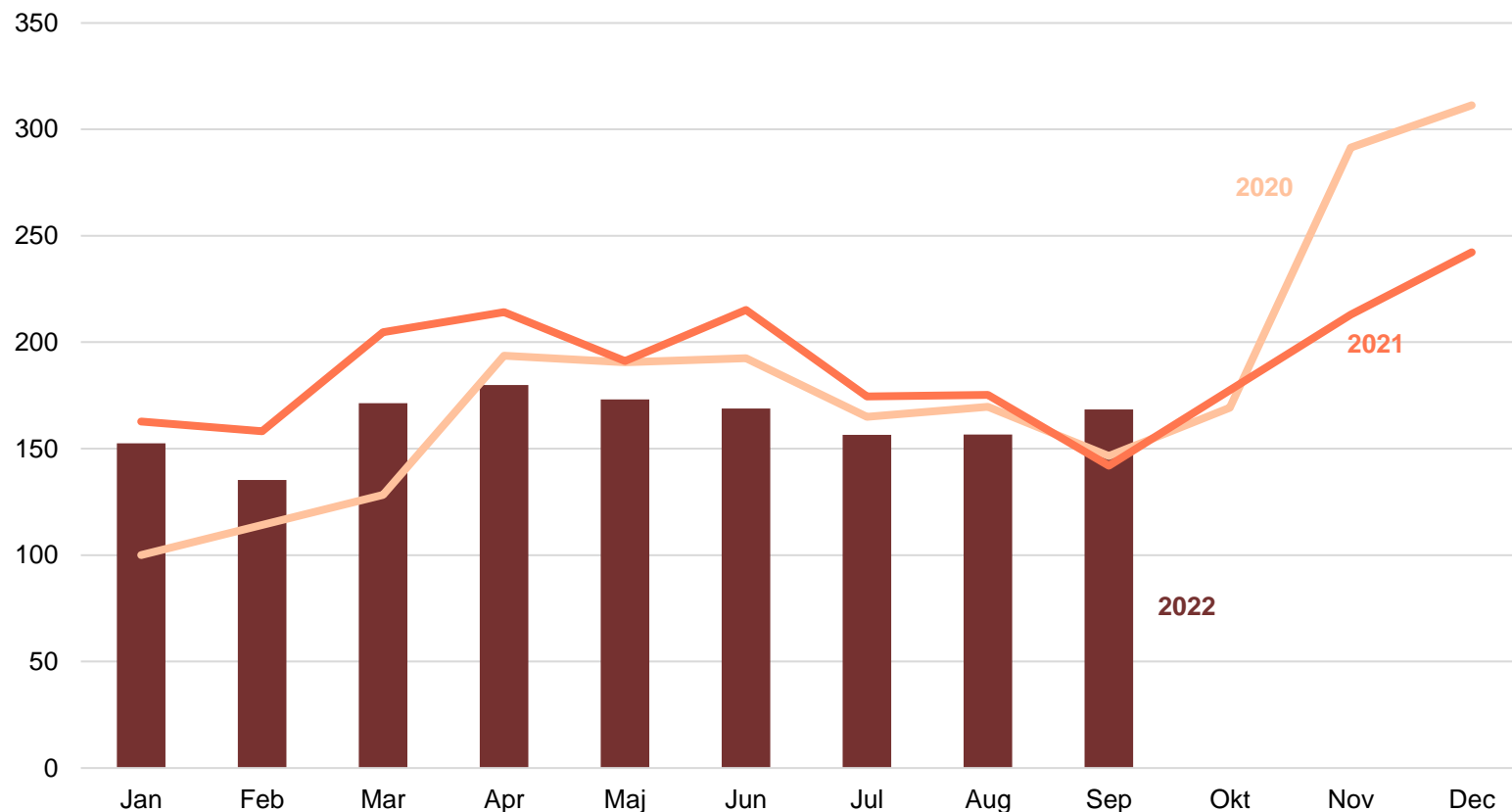
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument ökade med hela 19 procent i september jämfört med samma månad 2021. Noterbart är att det genomsnittliga köpbeloppet sjönk kraftigt i september både 2020 och 2021 medan utvecklingen 2022 är den omvända.

Förklaringen till den starka omsättningsutvecklingen för e-handeln i september är därmed i huvudsak de högre genomsnittliga köpbeloppen snarare än att en större andel av befolkningen har e-handlat jämfört med föregående år. Flera av de stora varukategorierna, bland annat hemelektronik- och sporthandel utvecklades starkt.

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.*

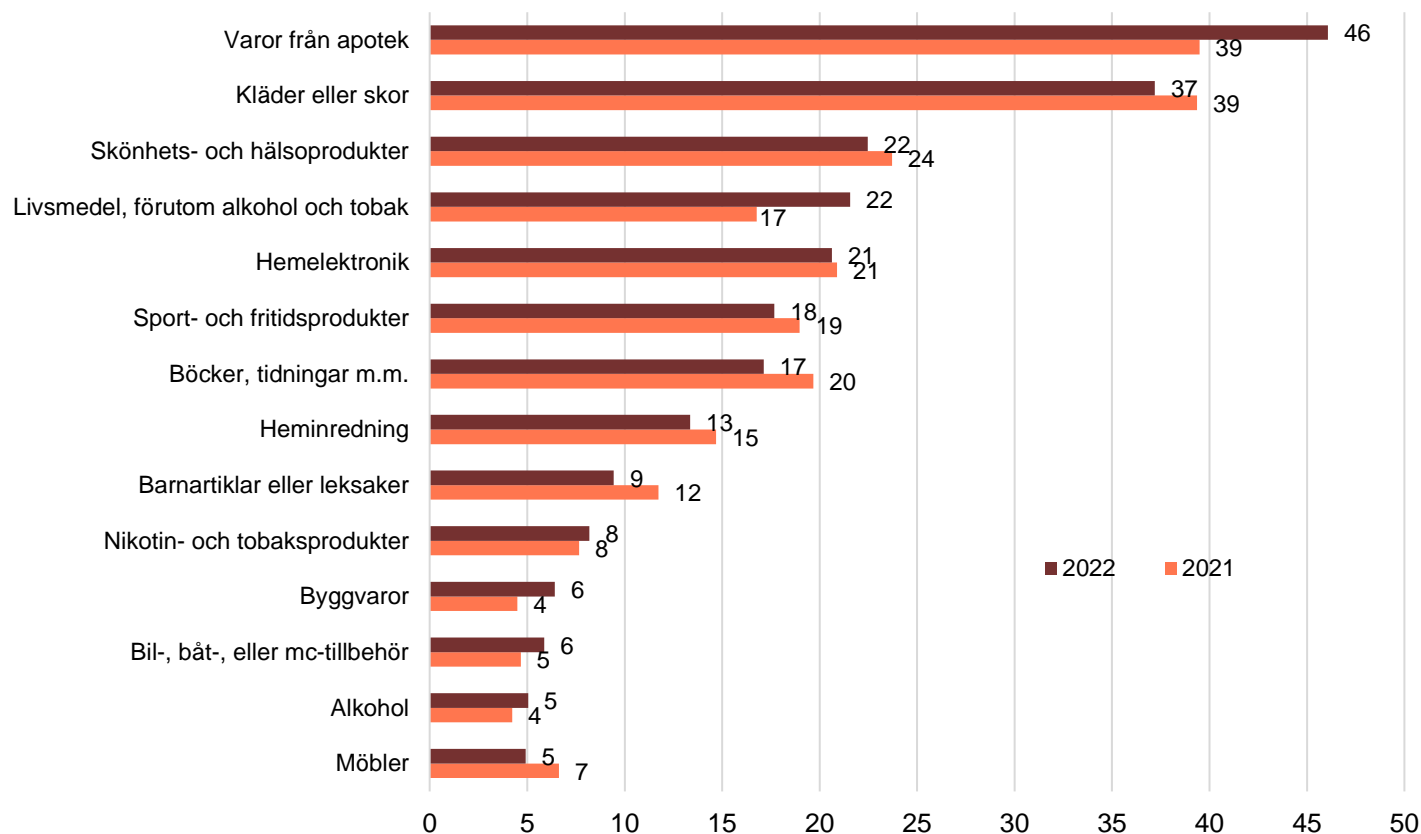


# Fler handlade varor från apotek och livsmedel i september jämfört med förra året



46 procent av e-handelskonsumenterna köpte varor från apotek från svensk hemsida i september. Varukategorin fick ett kraftigt lyft i inledningen av pandemin och är sedan dess generellt den vanligaste kategorin att e-handla inom. Ökningen jämfört med september 2021 är dock trots detta förhållandevis stor, 7 procentenheter fler e-handelskonsumenter köpte varor från apotek i september 2022. Även andelen som e-handlade livsmedel ökade betydligt, från 17 procent september 2021 till 22 procent 2022.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, september 2022 och september 2021, procent



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

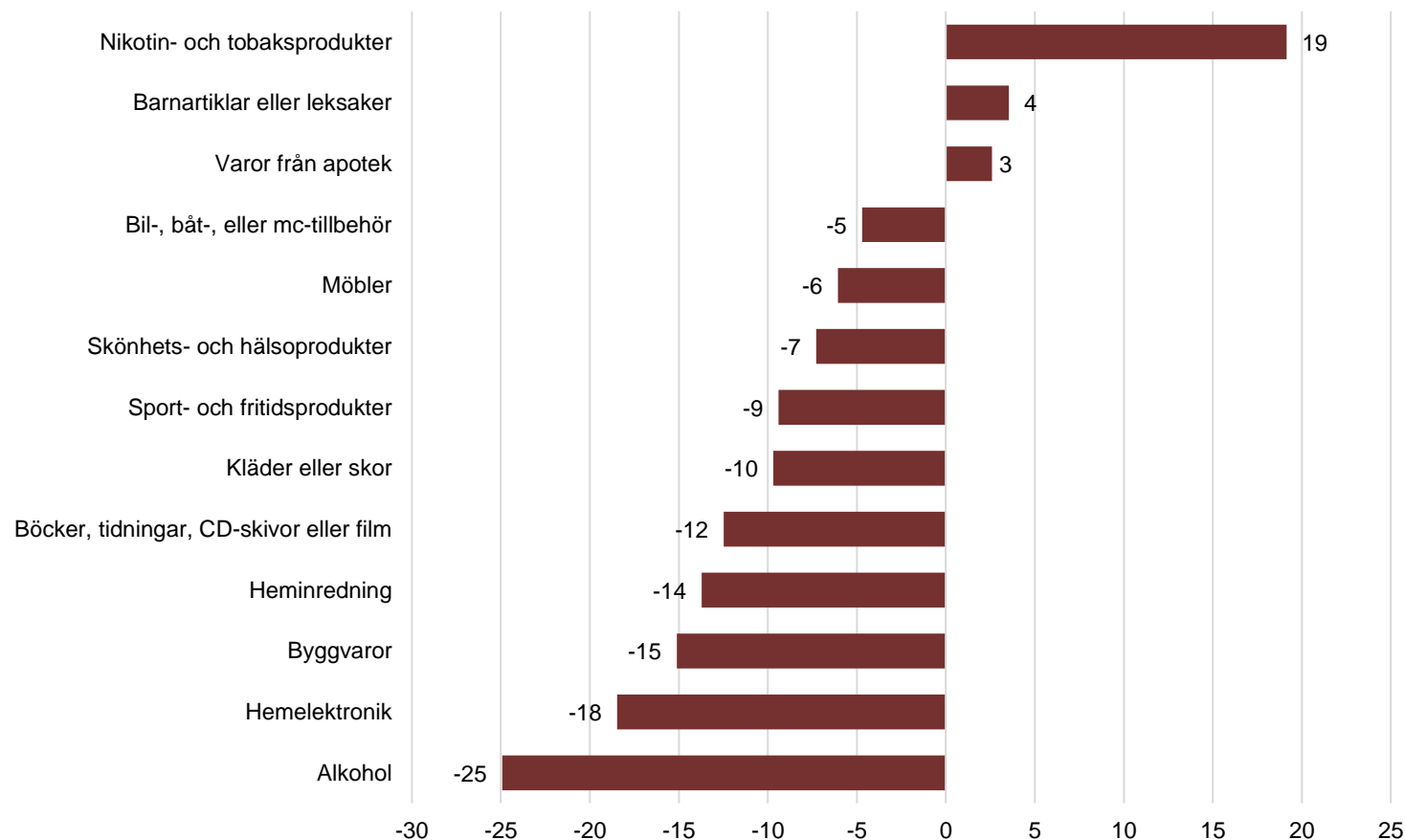
# Omsättningen backar i flertalet varukategorier



*Trots att septemberutvecklingen var oväntat stark har omsättningen i e-handeln, sett över hela perioden januari till och med september i år, minskat jämfört med fjolåret i samtliga varukategorier, med undantag för tobaksprodukter, barnartiklar och leksaker samt varor från apotek.*

*Hittills i år backar e-handeln av alkohol mest, följt av e-handeln av hemelektronik, byggvaror och heminredningsprodukter. Samtliga är kategorier som växte kraftigt under pandemin och nu har svårt att överträffa senaste års starka volymförsäljning.*

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



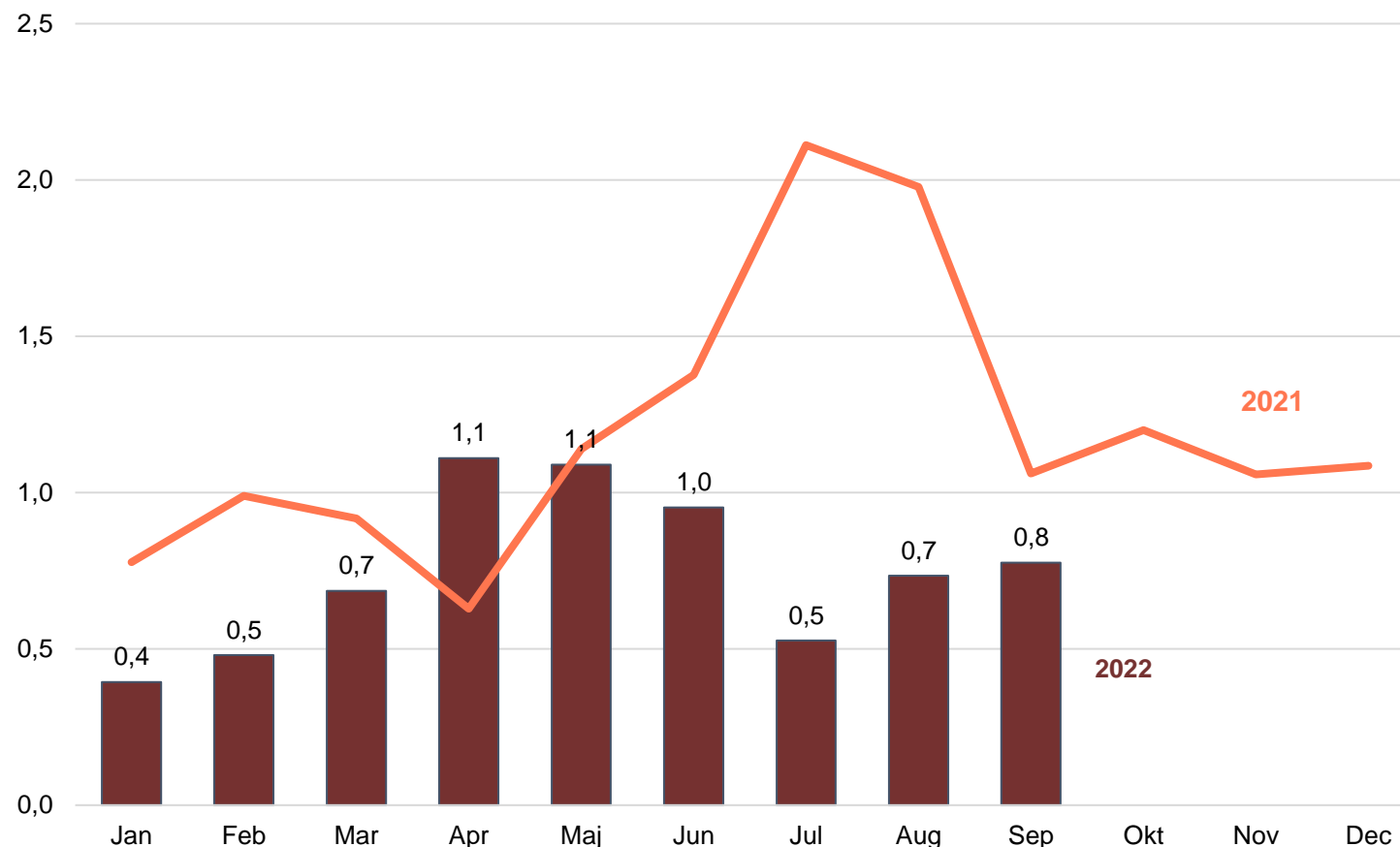
# E-handeln från utlandet fortsatt svagare än fjolårets



Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utländska hemsidor. Utvecklingen hittills i år är betydligt svagare än under 2021. Med undantag för april har e-handeln från utländska sidor underträffat fjolårets nivåer samtliga månader. I synnerhet juli och augusti var mycket svaga jämfört med fjolåret.

E-handeln från utlandet uppgick till 800 miljoner kronor i september vilket är lägre än fjolårets 1,1 miljarder samma månad. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de nio första månaderna 2022 uppgick till 6,7 miljarder kronor, en minskning med 4,3 miljarder kronor jämfört med de 11 miljarder kronor som uppmättes under samma period 2021.

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 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 säsongvariationer.

Avseende e-handeln i september 2022 genomfördes 2045 intervjuer den 1-9 oktober 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**