

E-handelsindikatorn April 2023



SH Svensk
Handel

”Det är glädjande att flera svenska e-handelsföretag rapporterar kraftig tillväxt från utländska marknader”

Per Ljungberg, innovationschef, Svensk Handel

Omsättning april 2023 jämfört med april 2022

-2%

E-handel i Sverige

-5%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling helåret 2023 jämfört med helåret 2022

-4%

E-handel i Sverige

-5%

E-handel i Sverige och från utlandet

E-handeln minskade med 2 procent i april

Svensk Handels E-handelsindikator för april månad visar att e-handelns omsättning, mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer, minskade med 2 procent jämfört med samma månad föregående år och med 5 procent om e-handeln från utlandet också inkluderas.

Trenden hittills i år är att e-handeln, i löpande priser, utvecklas något svagare än under 2022 och betydligt svagare än under 2021. Försäljningsutvecklingen i volym är dock långt svagare vilket inte tydligt framgår i löpande priser på grund av den fortsatt höga inflationen. E-handelsindikatorn mäter inte volymförsäljningsutvecklingen men som jämförelse ökade försäljningen i hela detaljhandeln (försäljning i både butik och e-handel) i mars 2023 med 0,7 procent i löpande priser medan den sjönk med hela 10,9 procent i volym. Utvecklingen i enbart sällanköpsvaruhandeln är ännu sämre, minus 13,7 procent i volym.

- Vi ser ännu en svag månad för e-handeln, och med tanke på inflationen är den också betydligt svagare än vad som framgår av den minskade omsättningen. Nikotin- och tobaksvaror är med marginal årets vinnare hittills men även apoteksvaror går bra och det är imponerande hur kläder och skor håller ställningarna. Kapitalintensiva branscher som byggvaror, möbler och inredning har det mycket tufft, säger Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel.

Både andelen konsumenter som e-handlade och det genomsnittliga köpbeloppet per e-handelskonsument sjönk i april jämfört med jämförelsemånaden förra året. Bland de som e-handlar handlar dessutom många i färre varukategorier än under fjolåret. Enskilda branscher har hållit emot den negativa trenden under inledningen på året, bland annat kläder och skor, men tendensen är vikande och även branscher med positiva tillväxttal ser i nuläget ut att mattas ju längre in på året vi kommer.

- Svenskarnas e-handel från utländska sajter minskar för andra månaden i rad. Det är glädjande att flera svenska e-handelsföretag rapporterar kraftiga tillväxttal från utländska marknader och flera fortsätter sin internationella expansion med framgång, säger Per Ljungberg.

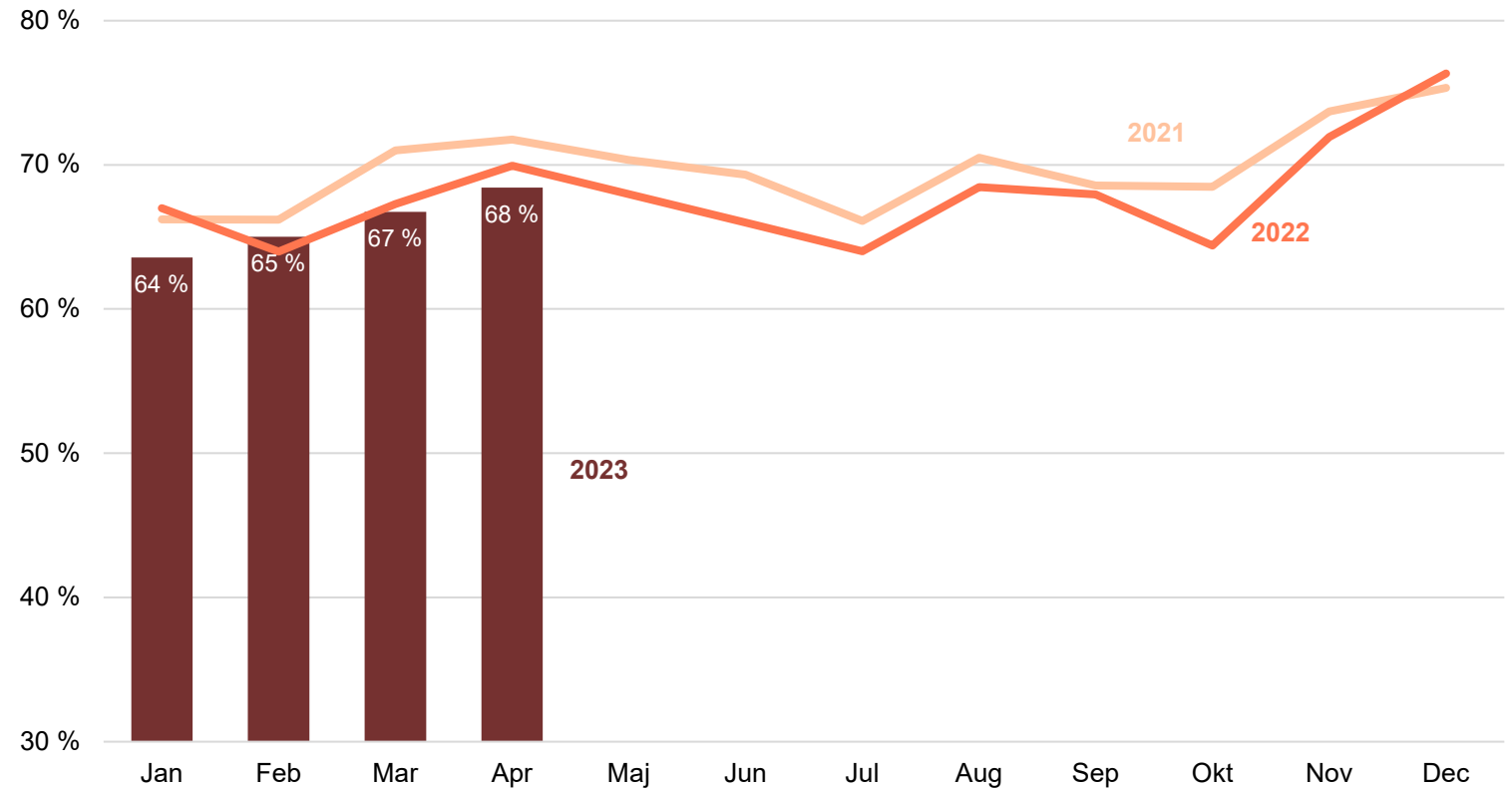
Andelen som e-handlade lägre än i april 2022



68 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i april 2023. Det är en viss ökning jämfört med förra månaden men två procentenheter lägre än fjolårets april månad då 70 procent av konsumenterna e-handlade.

Mönstret sett över en längre period är det samma som för omsättningsutvecklingen. Andelen som e-handlar är ungefär i nivå med 2022 men lägre än 2021.

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



Det genomsnittliga köpbeloppet återigen lägre än fjolårets



Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade med 2 procent jämfört med samma månad 2022.

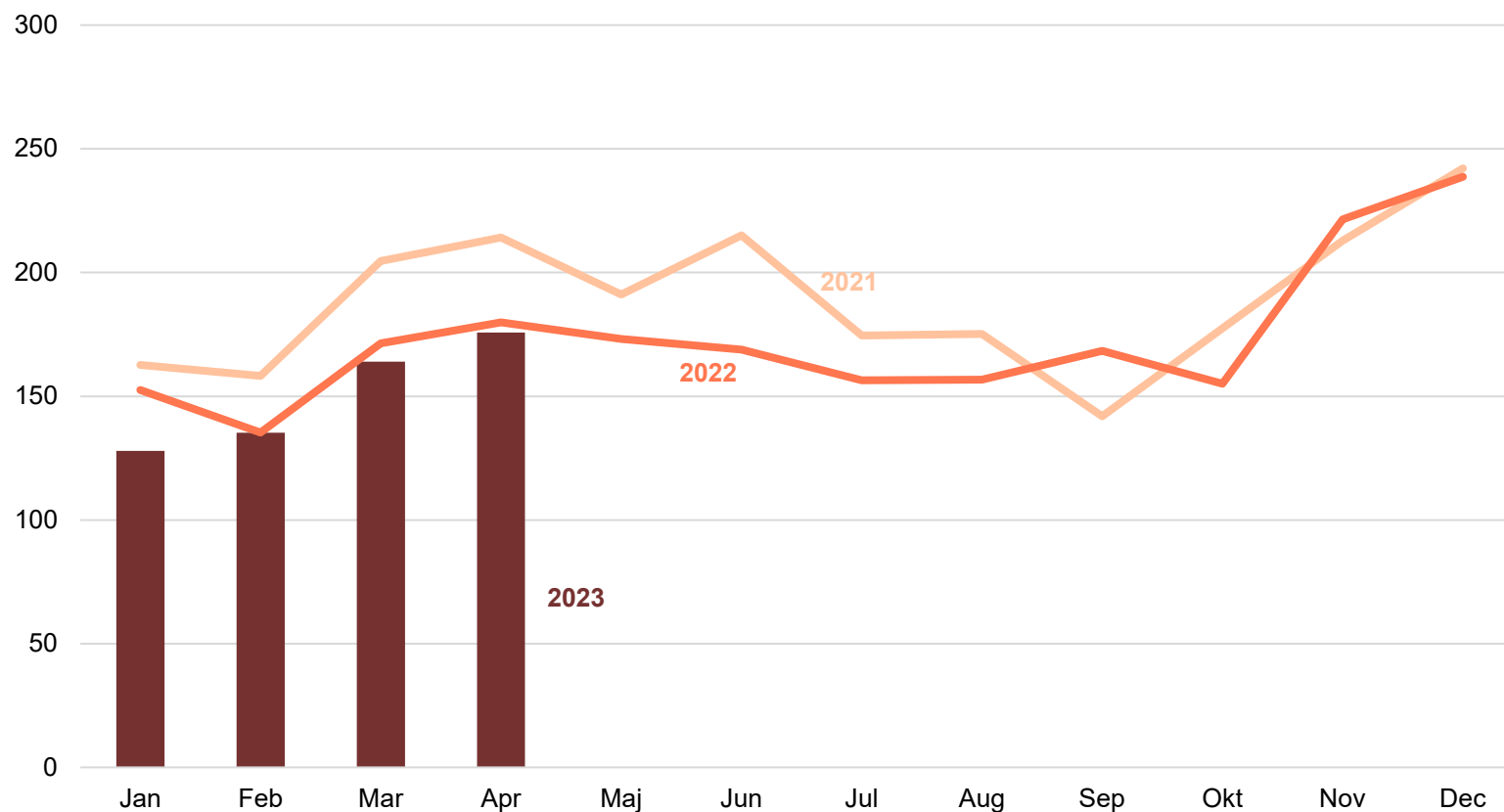
Det genomsnittliga köpbeloppet har hittills i år inte under någon månad, trots prisökningarna, överstigit fjolårsnivån.

Jämfört med april månad 2021 sjönk köpbeloppet med 18 procent. Inte heller jämfört med april 2020 har köpbeloppet ökat utan är 9 procent lägre.

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.



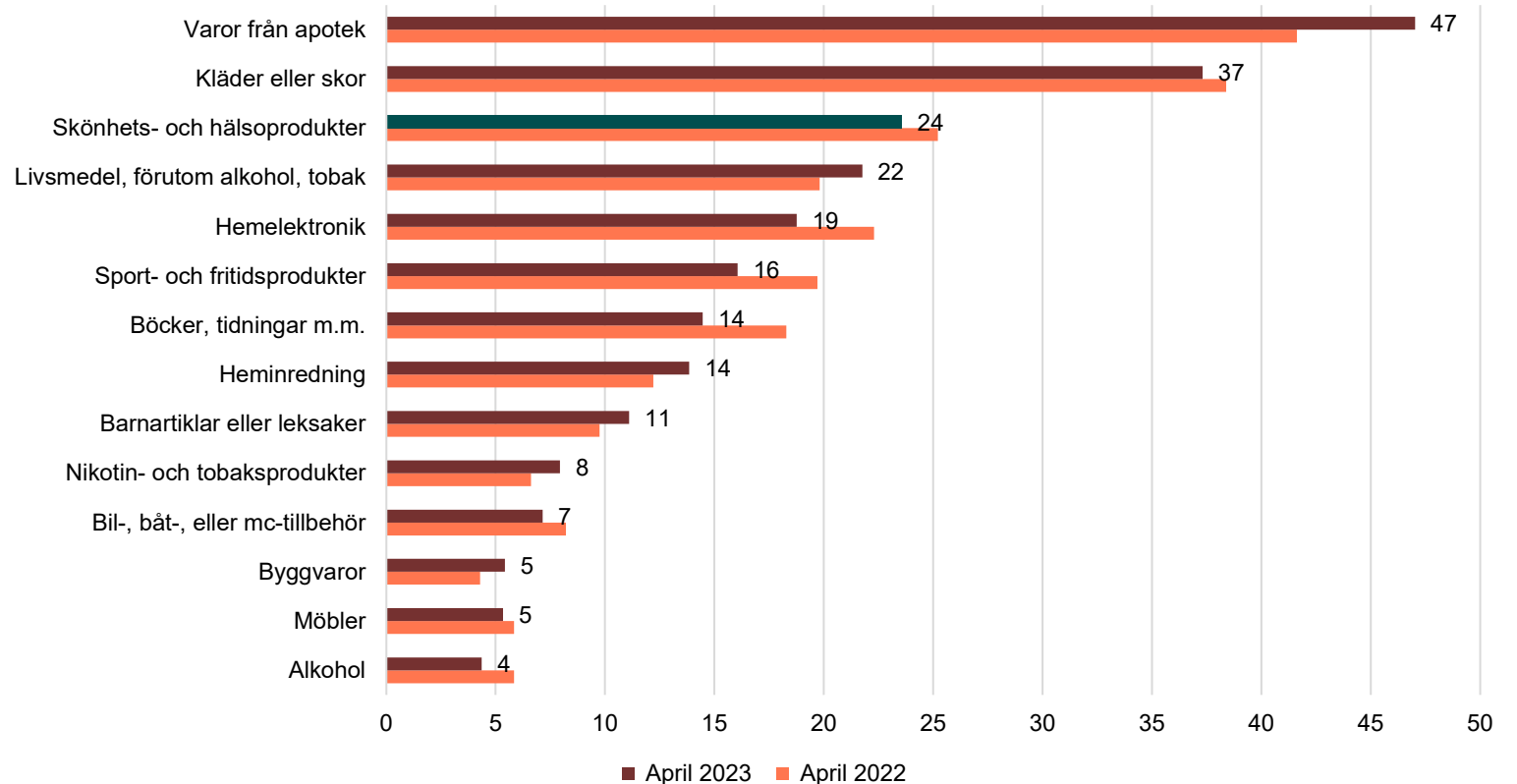
Andelen som e-handlade per varukategori föll brett – varor från apotek tydligt undantag



Förutom att något färre e-handlade i april 2023 jämför med samma månad 2022 så e-handlade många också i färre produktkategorier. Ett tydligt undantag är varor från apoteket som handlades av 47 procent av e-handelskonsumenterna jämfört med 42 procent jämförelsemånaden 2022.

Störst minskning uppmättes i kategorierna böcker, sport och hemelektronik där andel e-handelskonsumenter som handlade sjönk med 4 procentenheter i vardera kategori.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, april 2023 och april 2022, procent



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

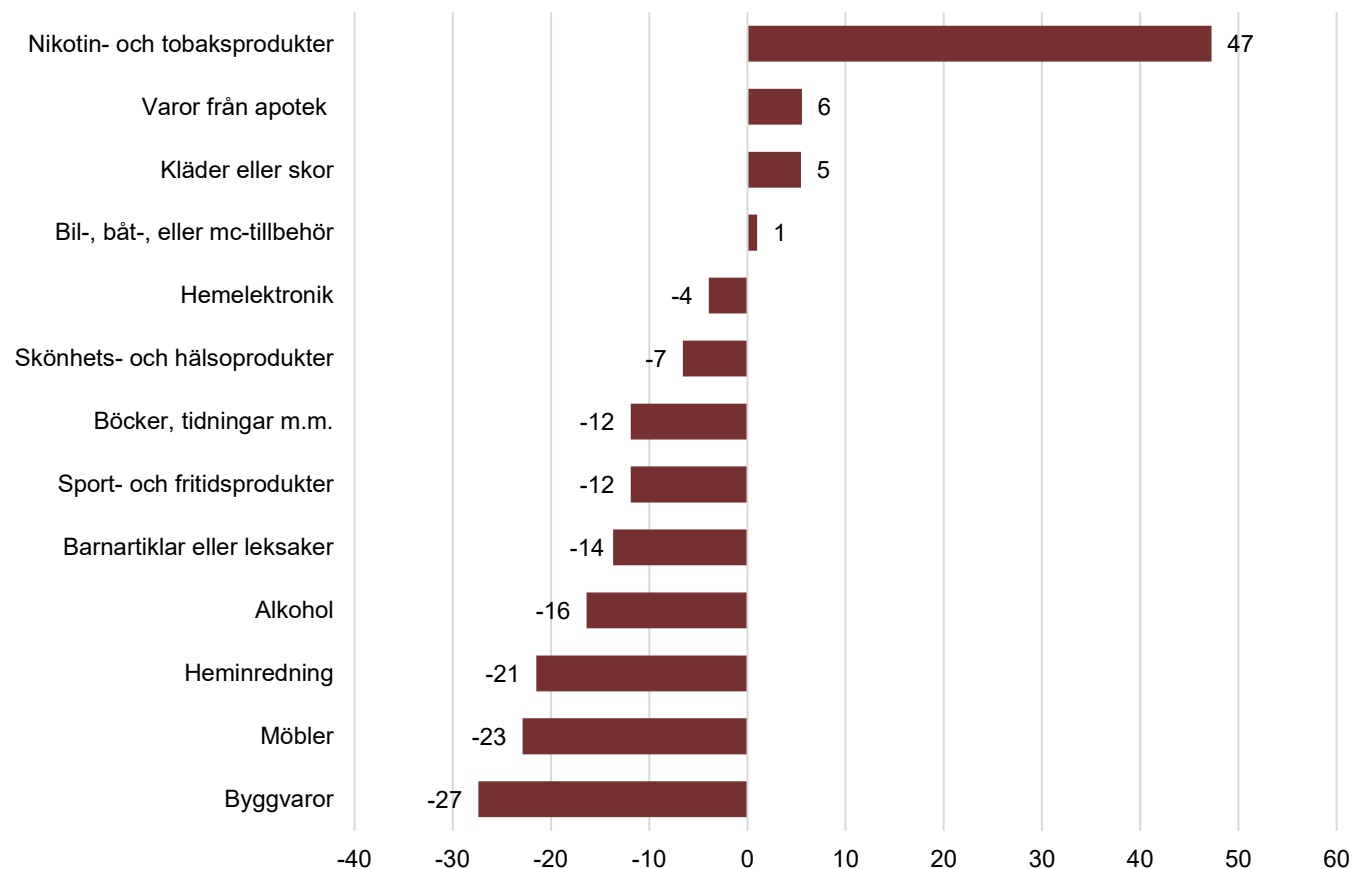
Kraftiga omsättningsminskningar i flera branscher



Akkumulerat under årets fyra första månader har flertalet av de stora varukategorierna i e-handeln backat i omsättning. Kläder och skor höll inledningsvis under året emot den vikande trenden men hade en svagare april månad och föll tillbaka till plus 5 procent ackumulerat januari till april jämfört med de 11 procent som uppmättes ackumulerat för första kvartalet. Även varor från apotek uppvisar hittills under året positiv försäljningsutveckling. Starkast utvecklas dock nikotin- och tobaksprodukter som växt med hela 47 procent hittills i år.

Heminredning, möbler och byggvaror uppvisar så här långt under året de svagaste utvecklingstalen. Samtliga kategorier har minskat i omsättning med över 20 procent.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel jan-apr 2023 jämfört med jan-apr 2022, procent



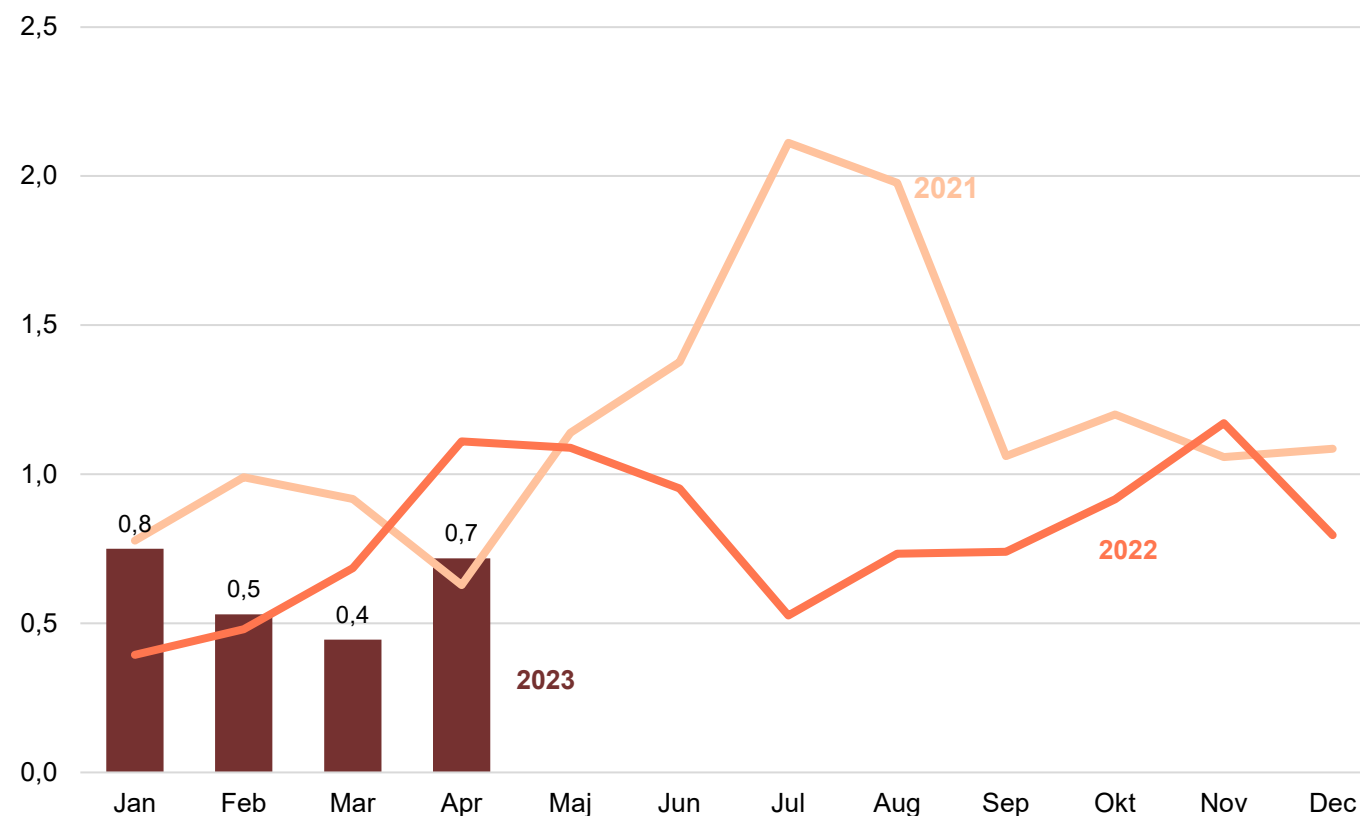
E-handeln från utlandet minskade jämfört med april 2022



E-handeln från utlandet uppgick till cirka 700 miljoner kronor i april vilket var en tydlig minskning jämfört med april 2022 men något högre än april 2021. Det var även en minskning jämfört med tidigare månader under 2023.

Under årets fyra första månader sjönk e-handeln från utlandet med 8 procent jämfört med 2022 och med 19 procent jämfört med 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.

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 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 april 2023 genomfördes 2003 intervjuer den 1-8 maj vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 56 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**