



E-handelsindikatorn

Juni och juli 2025

SH Svensk
Handel

Starka sommarmånader för e-handeln

Svensk Handels E-handelsindikator skattar e-handels omsättning för juni månad till 15,3 miljarder kronor och för juli månad till 13,7 miljarder kronor. Båda månaderna ökade omsättningen jämfört med samma månader förra året, i juni var ökningen 4 procent och i juli 16 procent.

– Vi gläds åt att både juni och juli blev förhållandevis starka månader för många e-handelsföretag. Det var välbehövligt givet att avslutningen på våren var svag. Men faktum kvarstår. För att e-handeln ska komma tillbaka på riktigt krävs att konsumenternas köpkraft stärks, och där är vi inte riktigt ännu, säger

Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel.

Andelen konsumenter som e-handlade låg på samma höga nivå som i juni och juli förra året, över 70 procent. Förklaringen till omsättningsökningen var i huvudsak att snittköpesumman per e-handelskonsument ökade. Snittköpesummorna för juni och juli var de högsta sedan pandemiåret 2021.

– Samtidigt som det finns mycket att glädjas åt i juni- och julisiffrorna finns det fortsatt orosmoln. Vi ser hur e-handelsköpen från utlandet cementerat sig på höga nivåer, vilket tyvärr innebär att svenska konsumenter satt i system att handla från plattformar som Temu och Shein. Utöver att vara skadligt för miljön kan det också i värsta fall vara direkt farligt för konsumenten själv. Detta kommer vi fortsätta att påvisa framöver, säger Per Ljungberg.



För att e-handeln ska komma tillbaka på riktigt krävs att konsumenternas köpkraft stärks.

Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel

Innehåll

1. Total utveckling
2. Utveckling per varukategori
3. Leveranser och e-handel från utlandet
4. Metodbeskrivning

Om rapporten

Svensk Handels E-handelsindikator skattar e-handels omsättning för juni månad till 15,3 miljarder kronor. Det är en ökning med 4 procent jämfört med juni 2024. 72 procent av konsumenterna e-handlade för en sammanlagd genomsnittlig köpesumma på 2 542 kronor.

Omsättningen för juli månad skattas till 13,7 miljarder kronor. Det är en ökning med 16 procent jämfört med juli 2024. 71 procent av konsumenterna e-handlade för en sammanlagd genomsnittlig köpesumma på 2 309 kronor.



Vi gläds åt att både juni och juli blev förhållandevis starka månader för många e-handelsföretag. Det var välbehövligt givet att avslutningen på våren var svag

Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel

Juni 2025

15,3 mdkr

Omsättning

4%

Utveckling jämfört med juni 2024

Juli 2025

13,7 mdkr

Omsättning

16%

Utveckling jämfört med juli 2024

Kvartal 2 2025

40,7 mdkr

Omsättning

-3%

Utveckling jämfört med kvartal 2 2024

1.

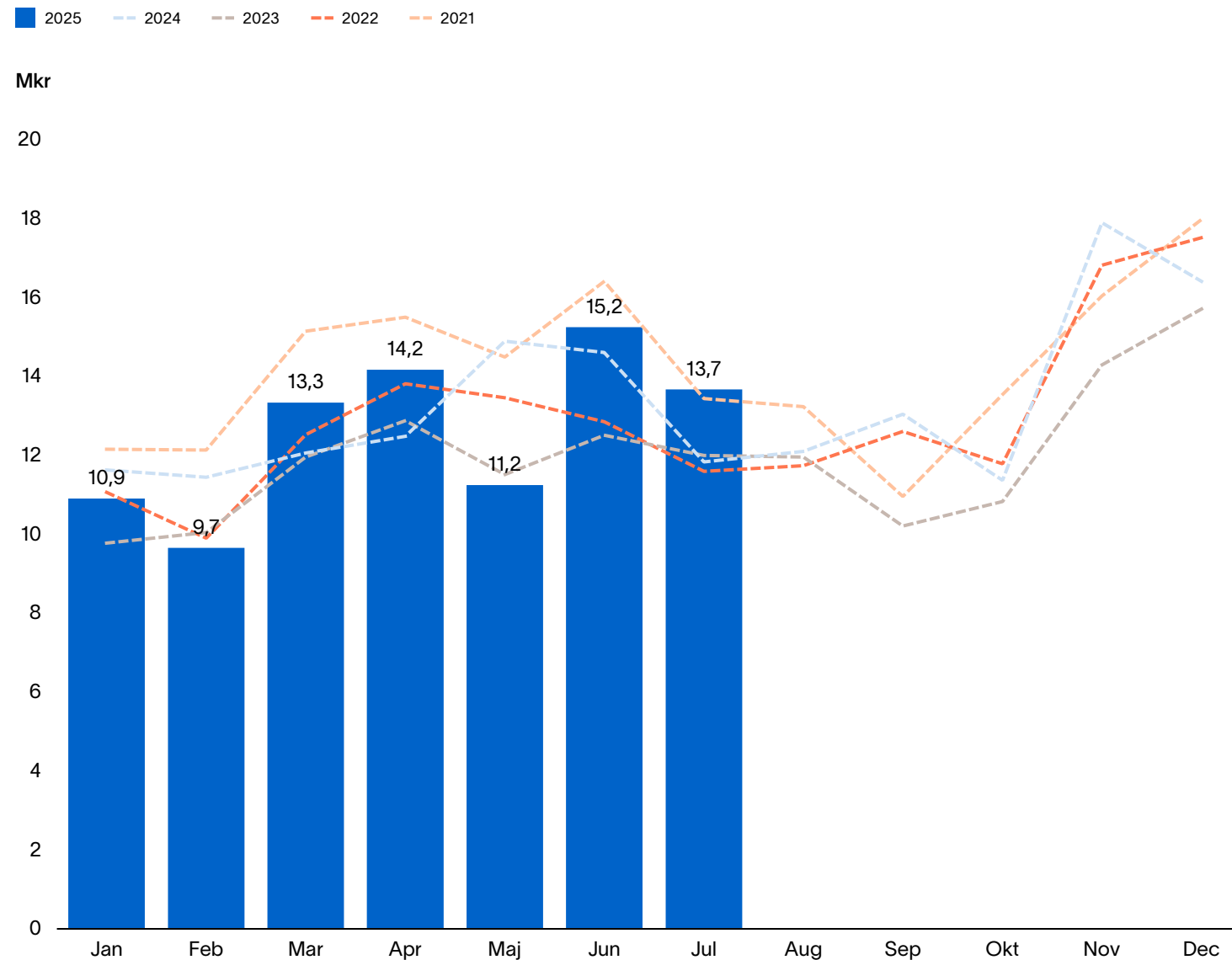
Total utveckling



Total omsättning i e-handeln

Den totala omsättningen i e-handeln i juni från privatkonsumtion skattades till 15,2 miljarder kronor. Det var en ökning från 14,6 miljarder kronor samma månad förra året. Omsättningen i juli skattades till 13,7 miljarder kronor. Det var en ökning från 11,8 miljarder kronor förra året. Skattningen för juli är den högsta noteringen för en julimånad sedan mätningarna började 2020.

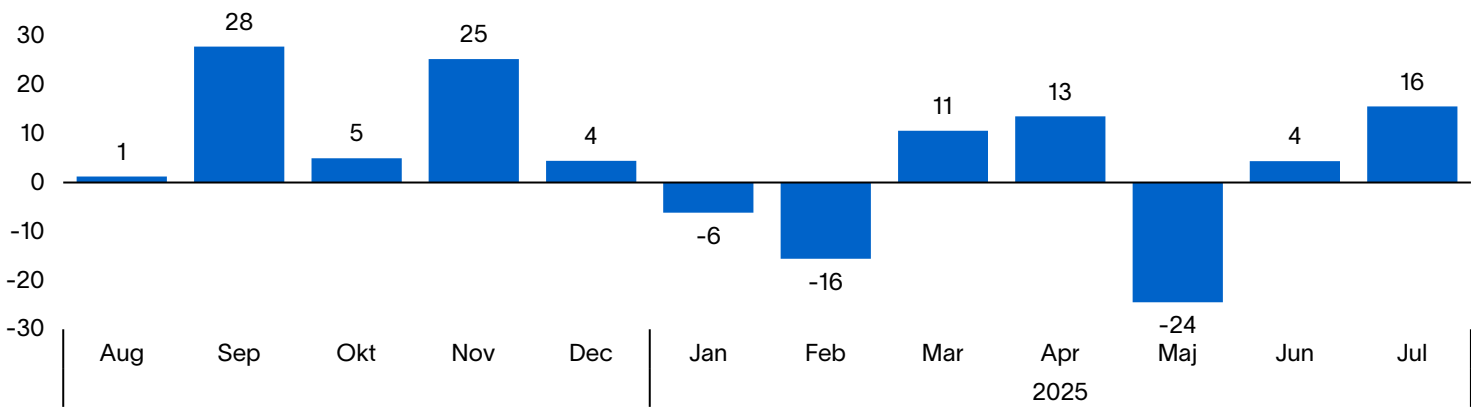
Total omsättning per månad i miljarder kronor



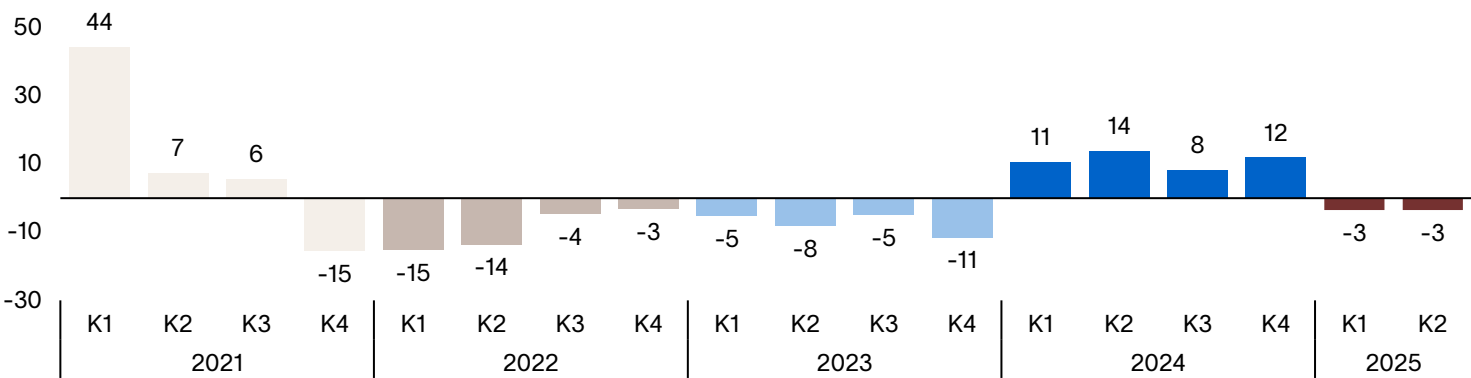
Total omsättnings- utveckling i e-handeln

Omsättningen i e-handeln ökade med 4 procent i juni 2025 jämfört med samma månad 2024. Motsvarande ökning för juli månad var 16 procent. Trots positiv tillväxt fyra av de fem senaste månaderna är den ackumulerade omsättningen i e-handeln till och med juli 2025 fortfarande negativ, minus 1 procent. Andra kvartalet tyngdes av den mycket svaga utvecklingen i maj och omsättningen minskade därför med sammanlagt 3 procent.

Omsättningsutveckling jämfört med samma månad förra året, procent



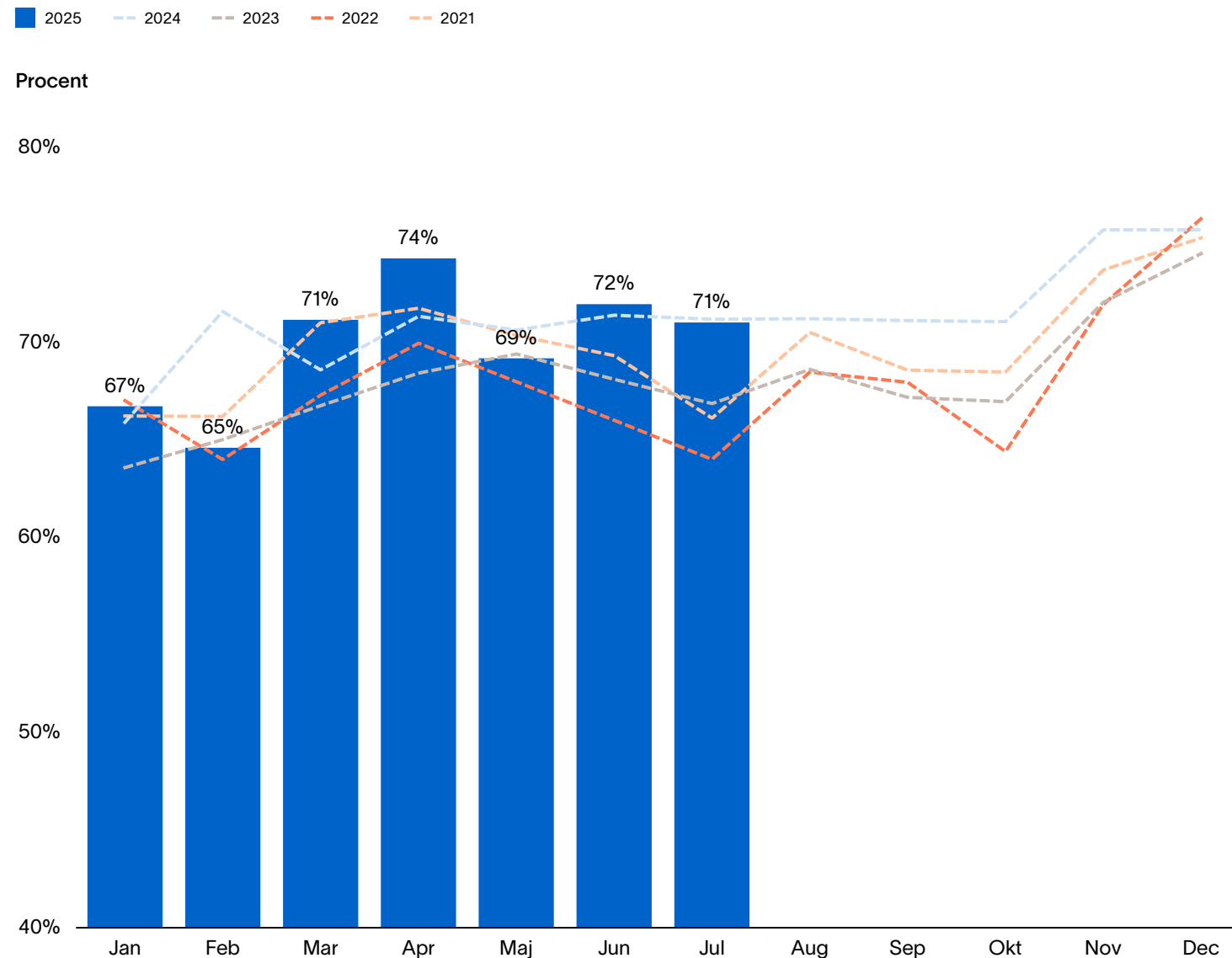
Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Andel konsumenter som e-handlat

72 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i juni 2025. I juli e-handlade 71 procent av konsumenterna. Det är samma höga nivåer som uppmättes under juni och juli 2024.

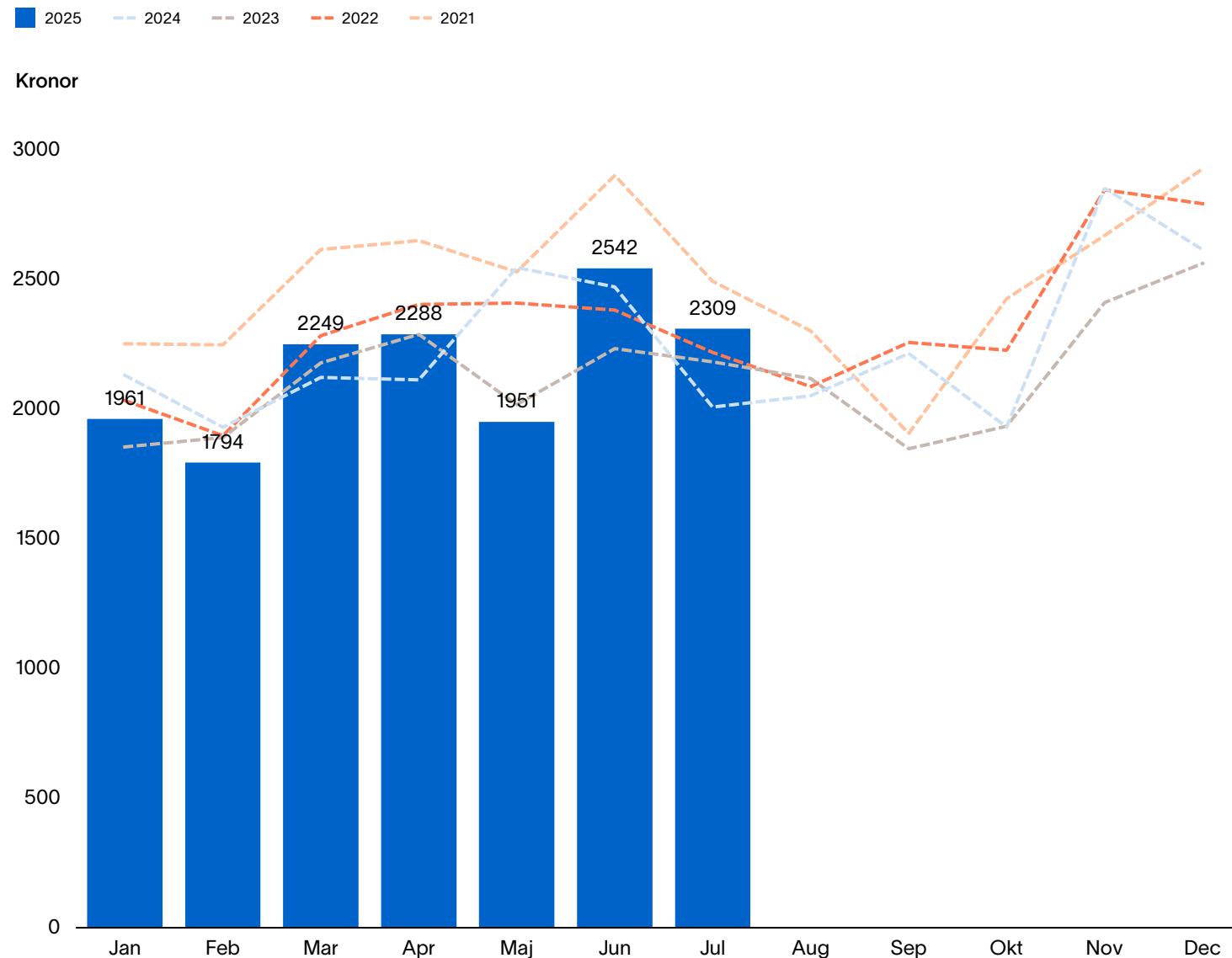
Andel konsumenter (18-89 år) som e-handlat per månad



Genomsnittlig köpesumma per e-handelskonsument

Den genomsnittliga totala köpesumman för hela månaden per e-handelskonsument uppmättes i juni till 2 542 kronor och i juli till 2 309 kronor. Båda köpesummorna är högre än för motsvarande månader 2024 och de högsta sedan sommaren 2021.

Genomsnittlig total köpesumma per månad och e-handelskonsument



2.

Utveckling per varukategori

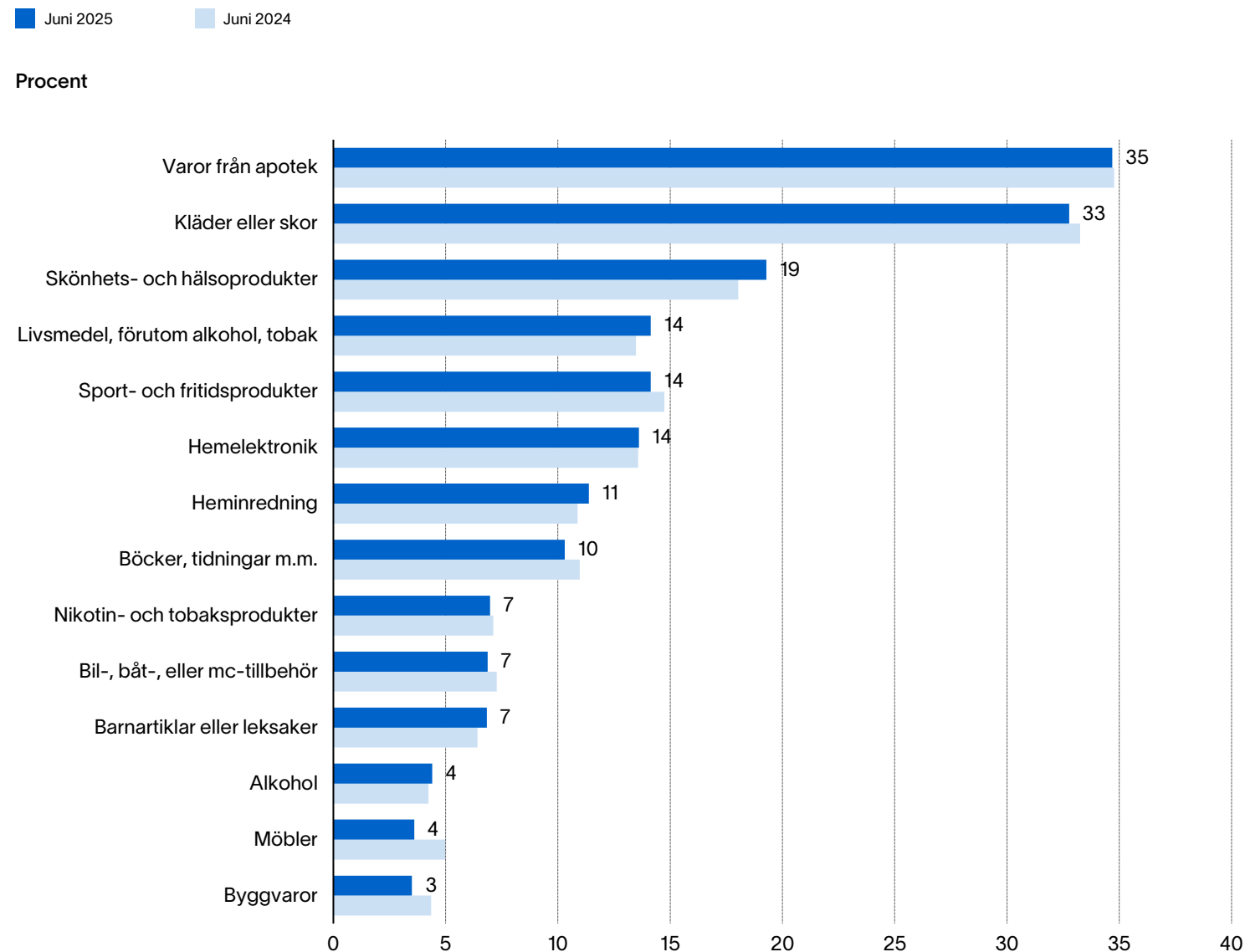


Andel konsumenter som e-handlat per varukategori

Skillnaderna i hur många som e-handlar i en viss varukategori är i regel små när en enskild månad jämförs med samma månad föregående år. Så var även fallet i juni 2025.

Konsumtionsmönstret är detsamma som i juni 2024. Kläder och skor samt skönhets- och hälsoprodukter är två kategorier som går bra på nätet under sommarmånaderna. Varor från apotek e-handlas konsekvent av cirka en tredjedel av konsumenterna oavsett årstid.

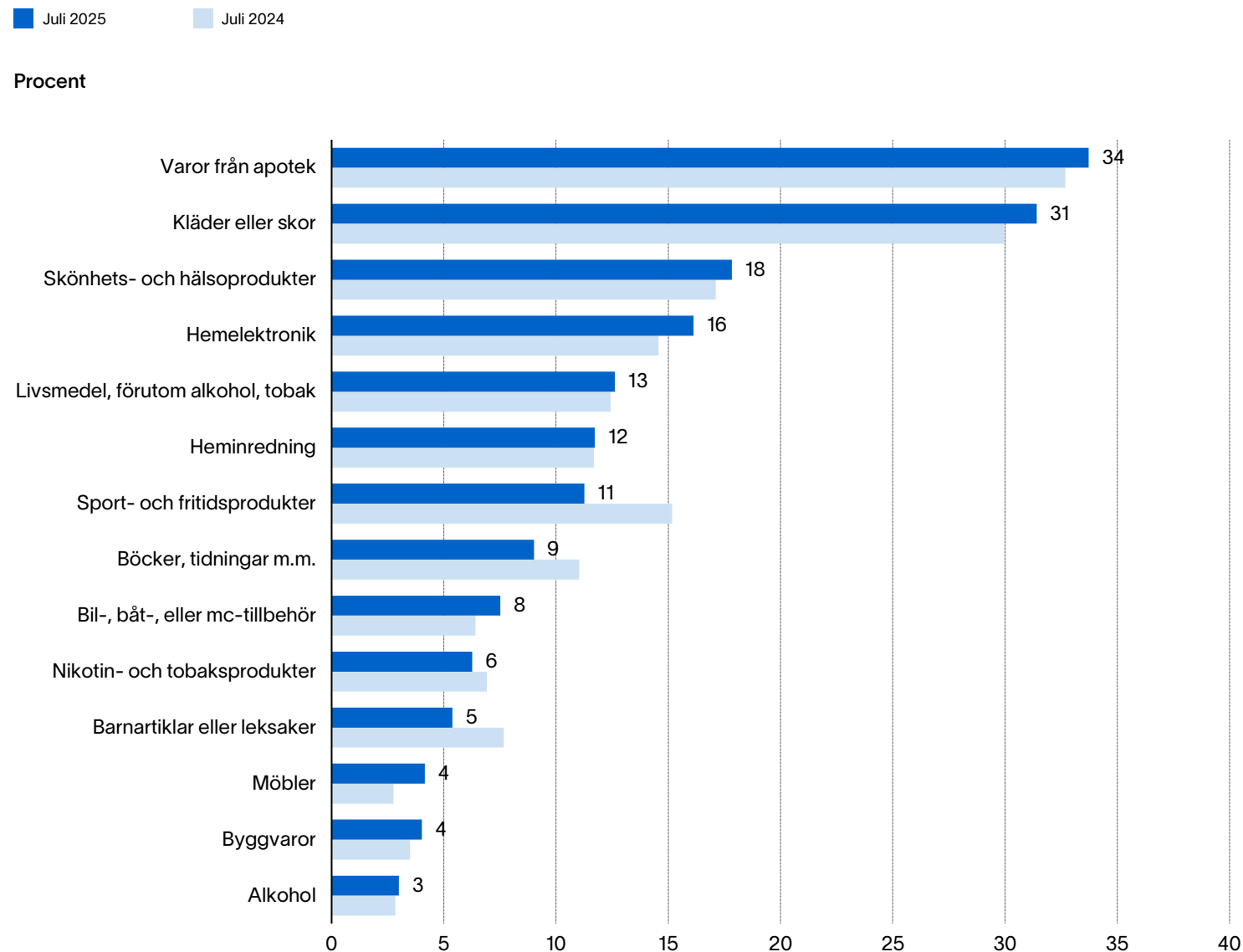
Andel konsumenter som e-handlat per varukategori, juni 2025 jämfört med samma månad 2024



Andel konsumenter som e-handlat per varukategori

Även i juli var konsumtionsmönstret likt det under samma månad 2024. Sport- och fritidsprodukter stack dock ut med en betydligt lägre andel e-handelskonsumenter än förra året. Andelen som handlar sportprodukter på nätet har varit betydligt lägre än förra året vid flera månadsmätningar i år.

Andel konsumenter som e-handlat per varukategori, juli 2025 jämfört med samma månad 2024



Omsättnings- utveckling hittills i år i e-handeln per varukategori

Till och med juli i år var byggvaror och hemelektronik de varukategorier som växte mest jämfört med samma period förra året. I båda fallen är de höga tillväxttalen i mycket en konsekvens av svaga jämförelsetal. Det gäller i synnerhet byggvaror som backade på nätet under samma sjumånadersperiod såväl 2022 som 2023 och 2024.

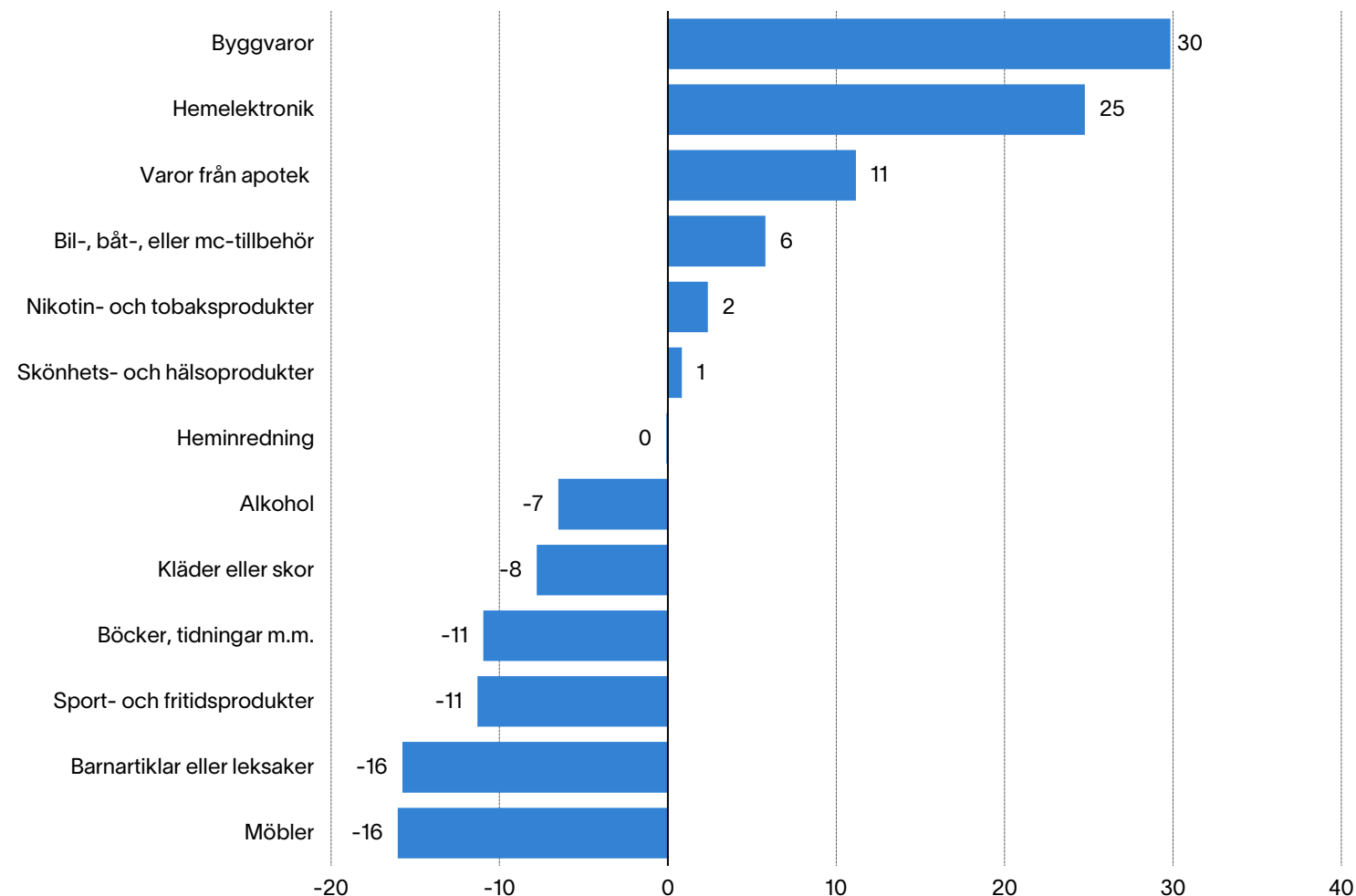
Varor från apotek hade en tillväxttakt på 11 procent fram till juli i år och uppvisade samma ackumulerade tillväxttakt både i juli 2023 och juli 2024. Varukategorin växer konsekvent med cirka 10 procent om året.

Flera varukategorier minskar i omsättning så här långt under året. Bland de omsättningsmässigt största kategorierna backar kläder och skor med 8 procent och sporthandeln med 11 procent.

Omsättningsutveckling per varukategori januari-juli 2025 jämfört med samma period 2024

■ Januari till juli 2025

Procent



Barnartiklar eller leksaker



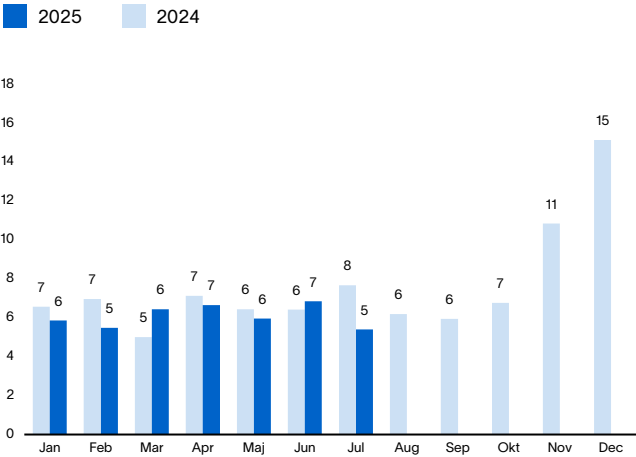
5 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 8 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 462 kronor. Det är en minskning från 484 kronor samma kvartal förra året.

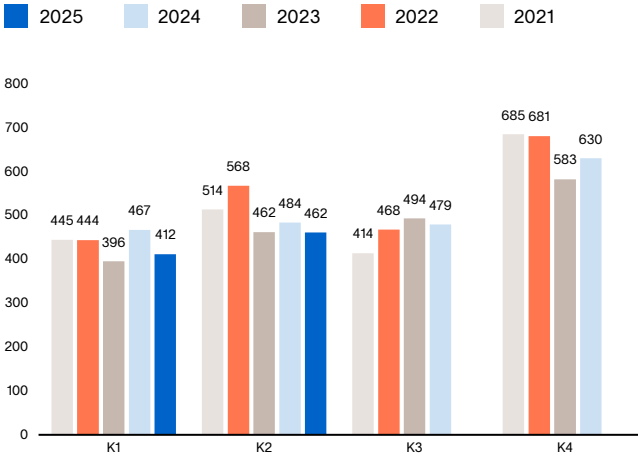
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 1,6 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 6 procent jämfört med samma kvartal förra året.

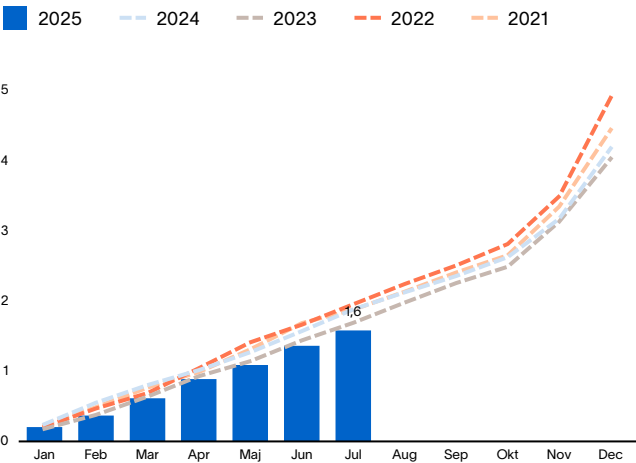
Andel som e-handlat per månad



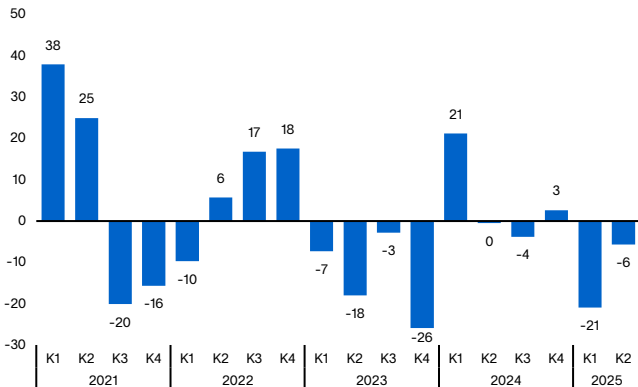
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Bil-, båt-, eller mc-tillbehör



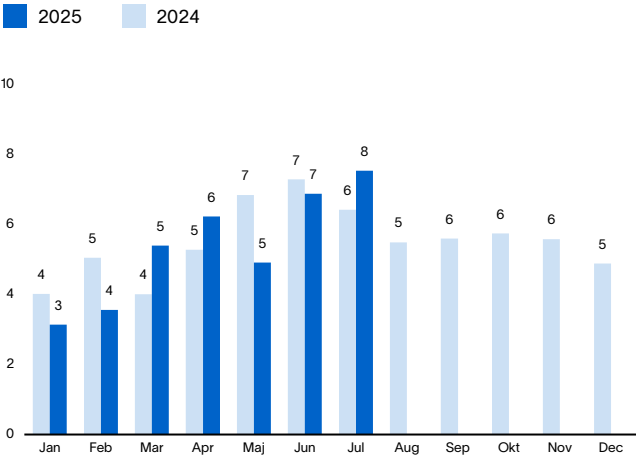
8 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 6 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 1 723 kronor. Det är en ökning från 1 361 kronor samma kvartal förra året.

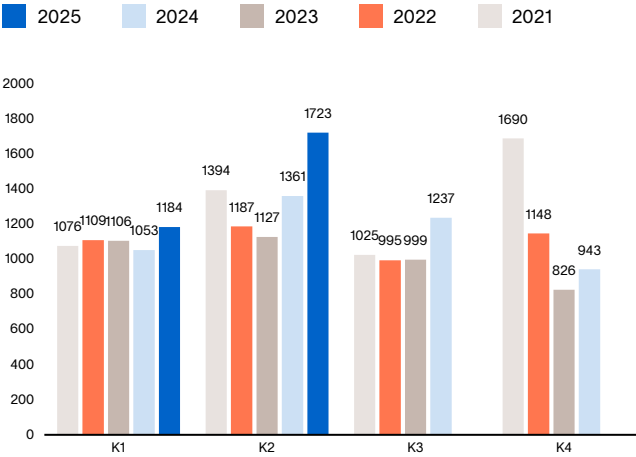
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 4,5 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 22 procent jämfört med samma kvartal förra året.

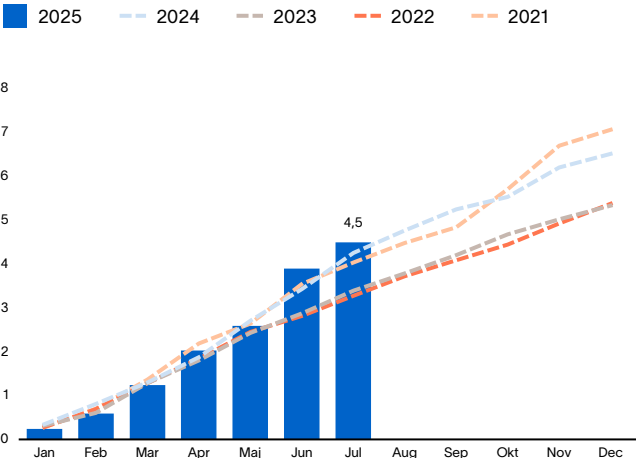
Andel som e-handlat per månad



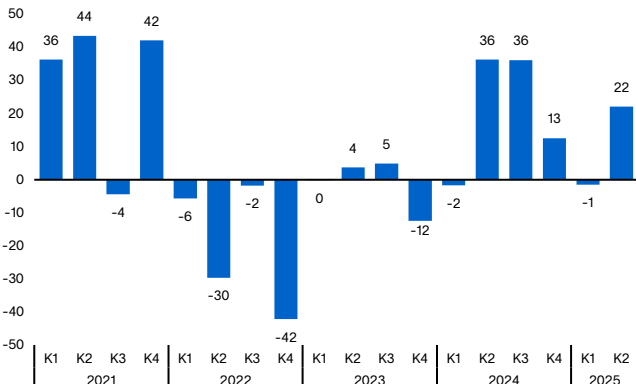
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Byggvaror



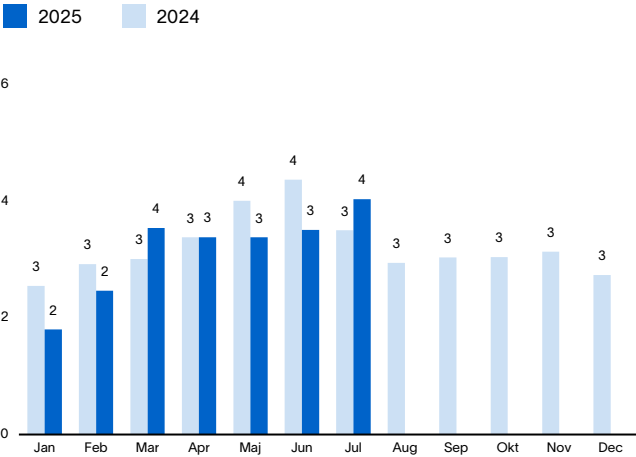
4 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 3 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 2 533 kronor. Det är en ökning från 1 772 kronor samma kvartal förra året.

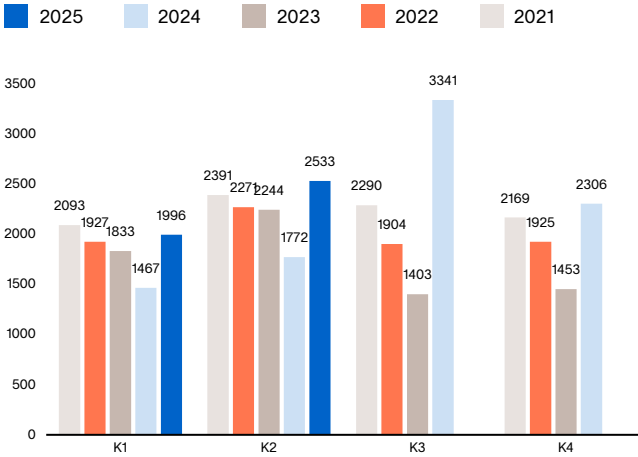
Ackumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 4,4 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 24 procent jämfört med samma kvartal förra året.

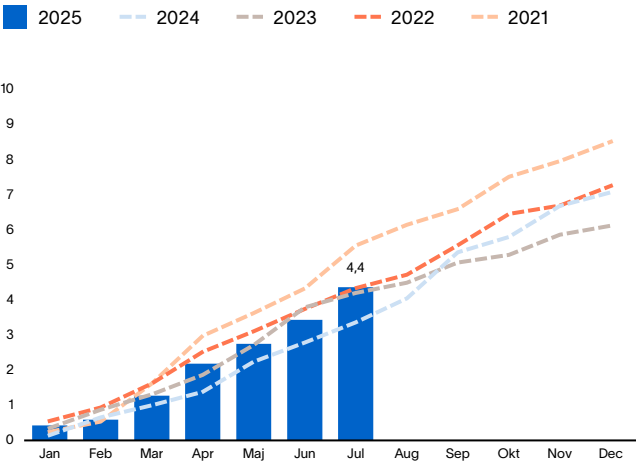
Andel som e-handlat per månad



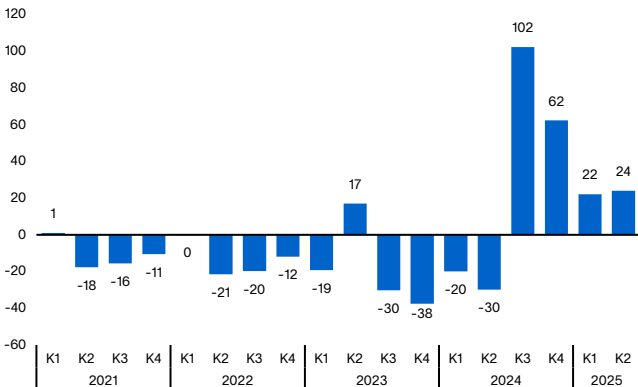
Genomsnittligt köpbelopp



Ackumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Böcker, tidningar, musik eller film



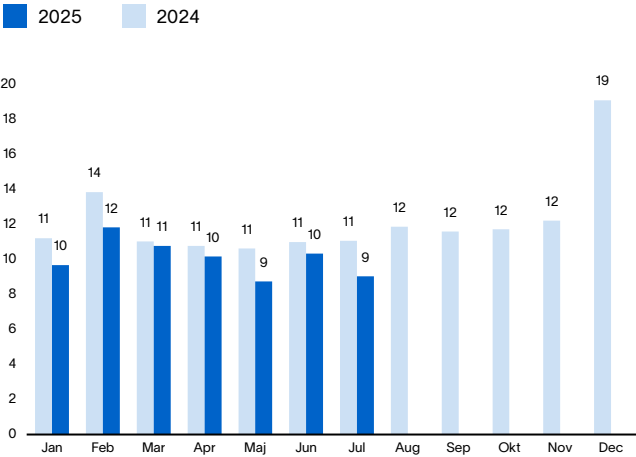
11 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 9 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 340 kronor. Det är en minskning från 374 kronor samma kvartal förra året.

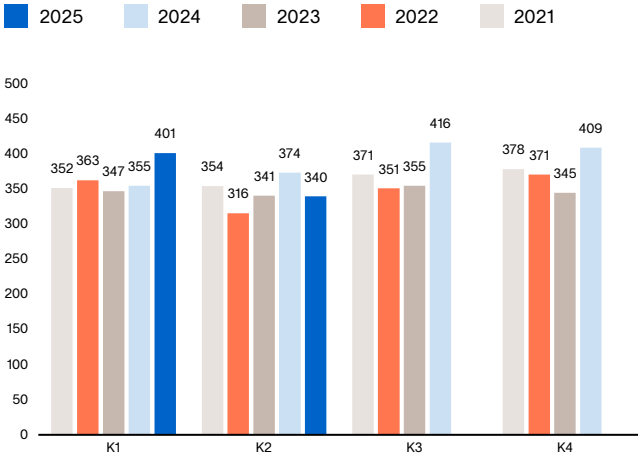
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till 2,2 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 17 procent jämfört med samma kvartal förra året.

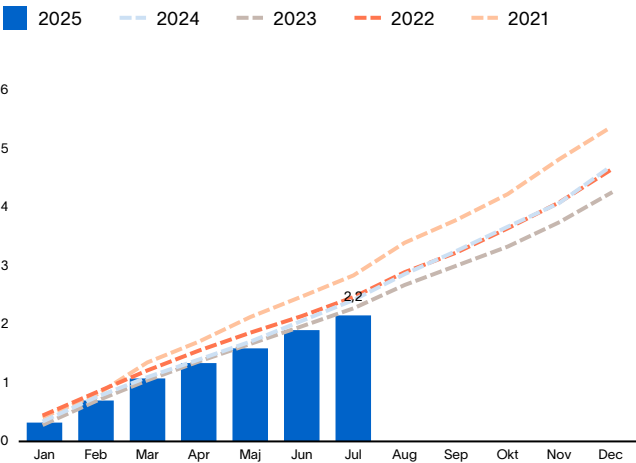
Andel som e-handlat per månad



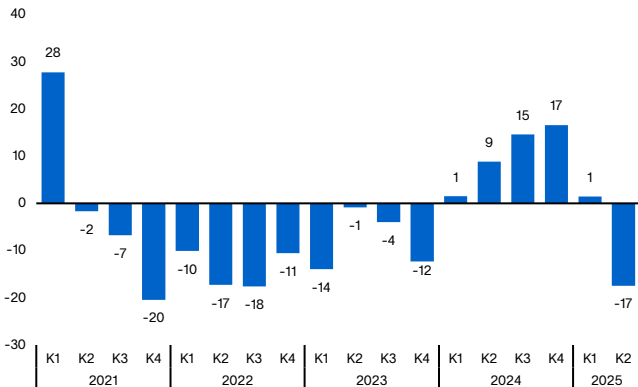
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Hemelektronik



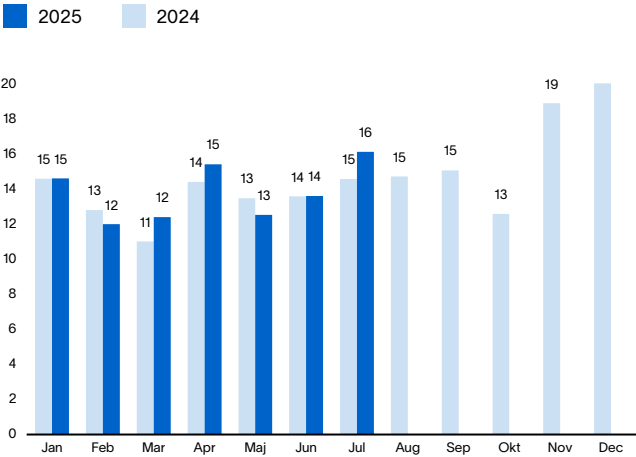
16 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 15 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 1 540 kronor. Det är en ökning från 1 459 kronor samma kvartal förra året.

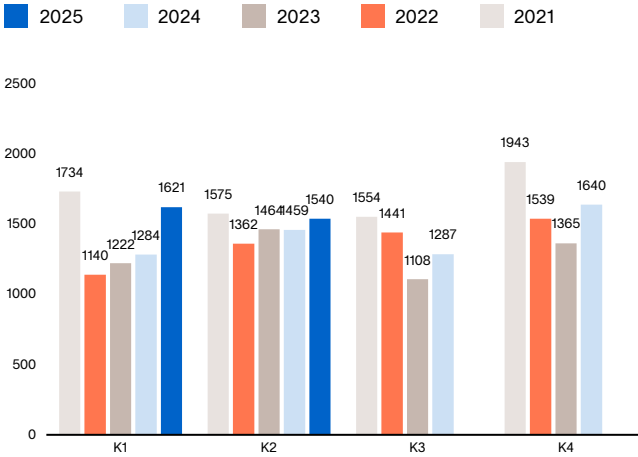
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 12,9 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 7 procent jämfört med samma kvartal förra året.

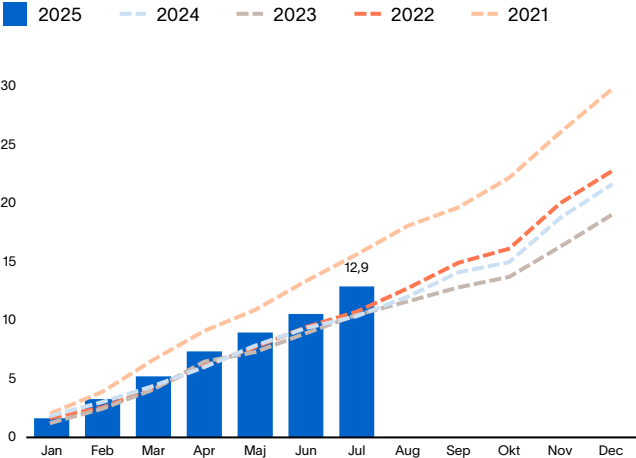
Andel som e-handlat per månad



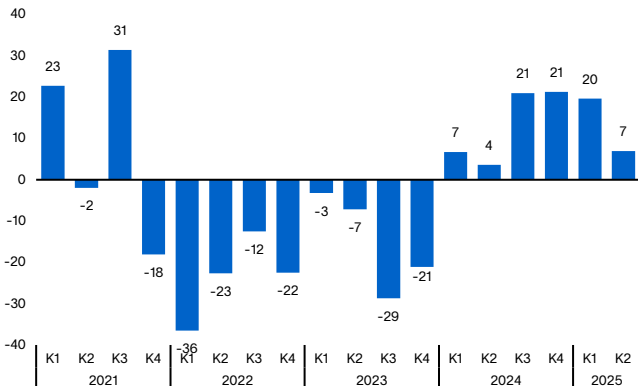
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Heminredning



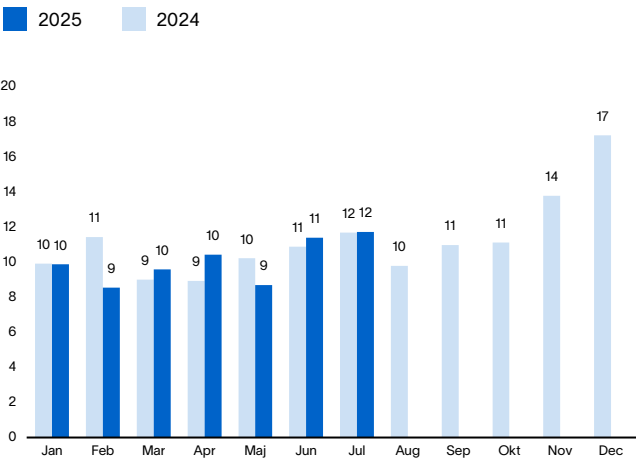
12 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin i juli månad. Det är en lika hög andel som förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 590 kronor. Det är en ökning från 574 kronor samma kvartal förra året.

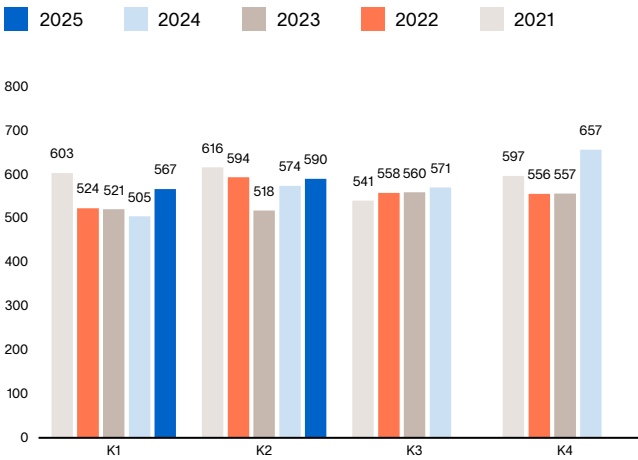
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 3,3 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 6 procent jämfört med samma kvartal förra året.

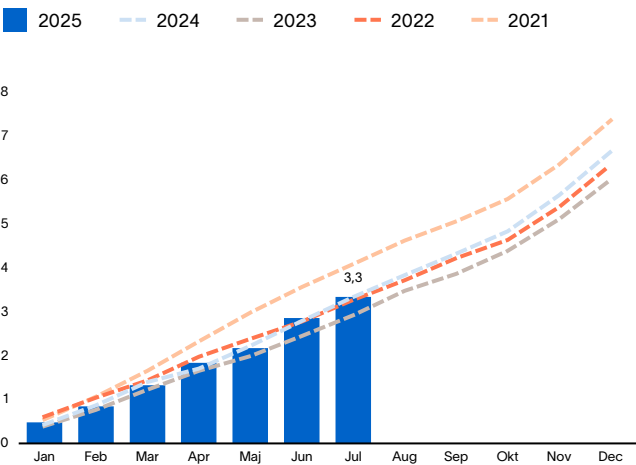
Andel som e-handlat per månad



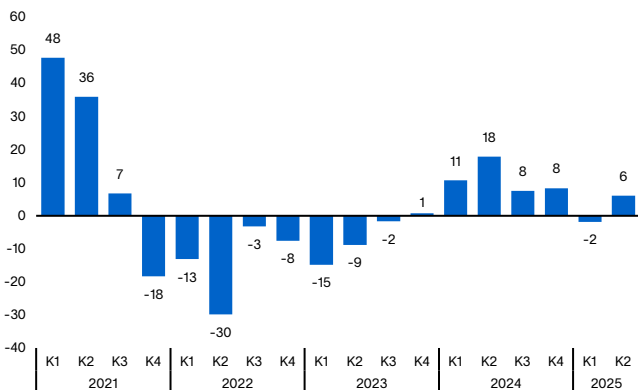
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Möbler



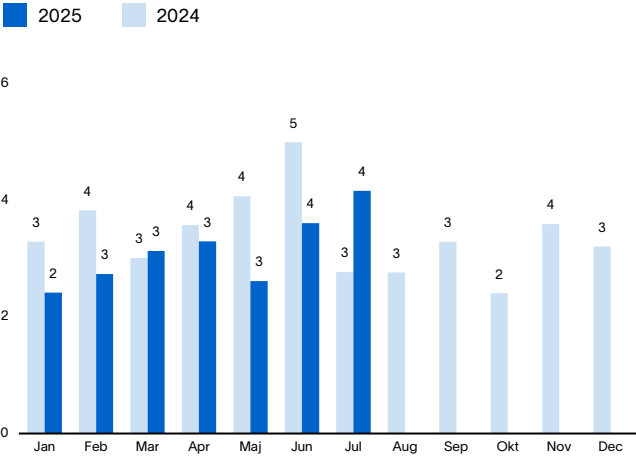
4 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 3 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 4 205 kronor. Det är en ökning från 3 890 kronor samma kvartal förra året.

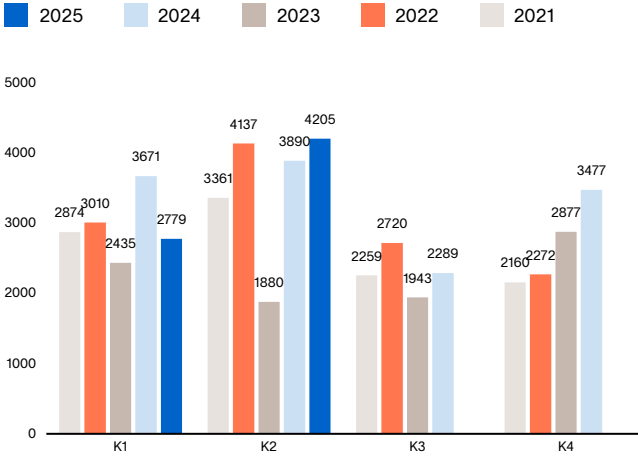
Ackumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 6,5 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 16 procent jämfört med samma kvartal förra året.

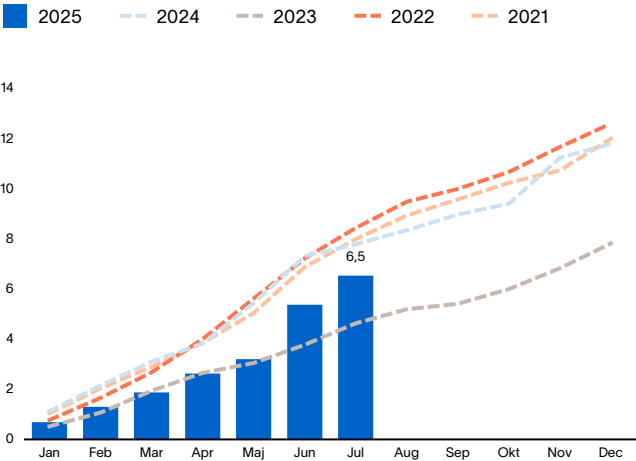
Andel som e-handlat per månad



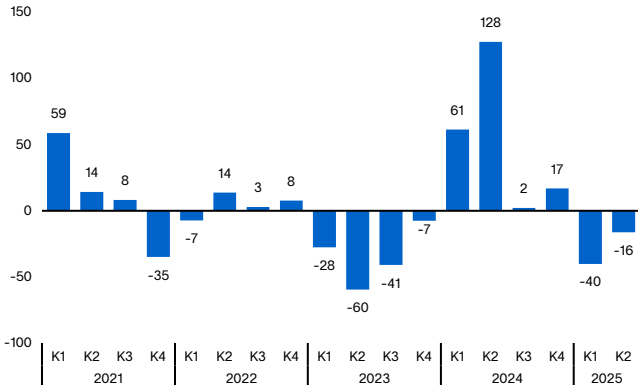
Genomsnittligt köpbelopp



Ackumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Utveckling per varukategori

Kläder och skor



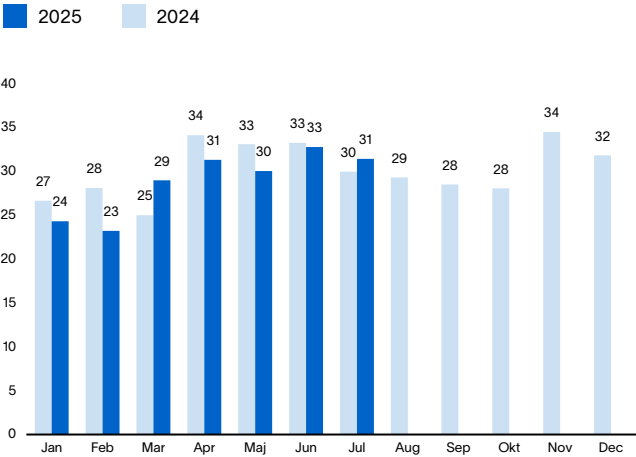
31 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 30 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 955 kronor. Det är en minskning från 1 009 kronor samma kvartal förra året.

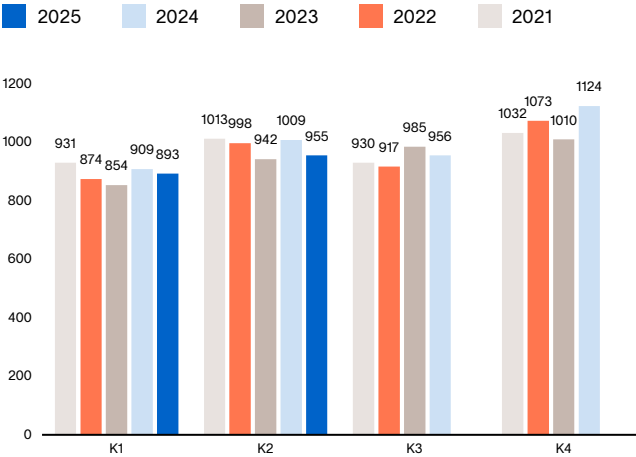
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 15,8 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 11 procent jämfört med samma kvartal förra året.

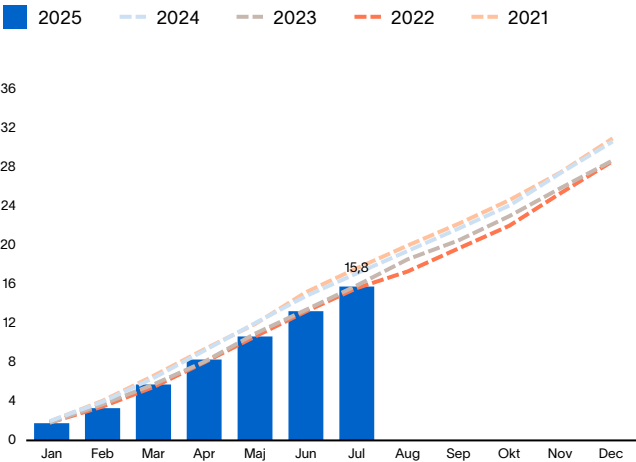
Andel som e-handlat per månad



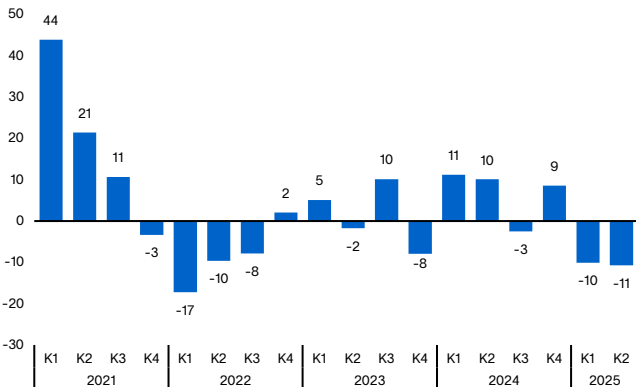
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Varor från apotek



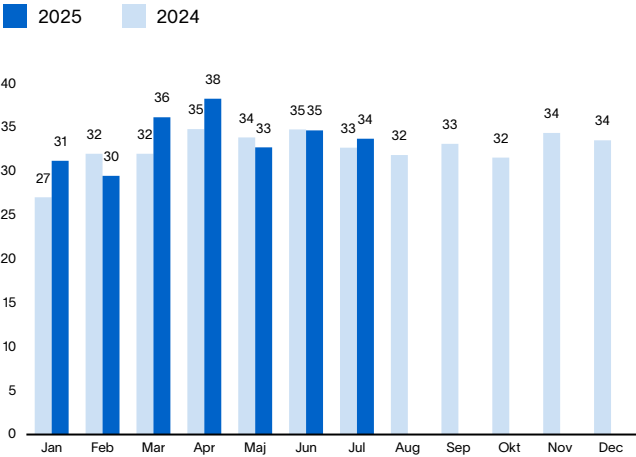
34 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 33 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 445 kronor. Det är en ökning från 429 kronor samma kvartal förra året.

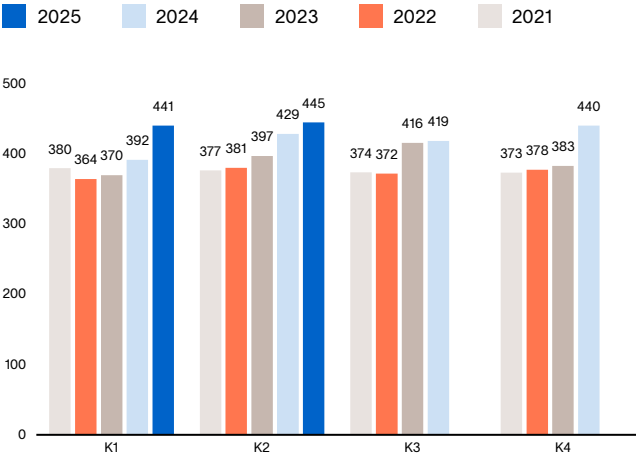
Ackumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 8,7 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 6 procent jämfört med samma kvartal förra året.

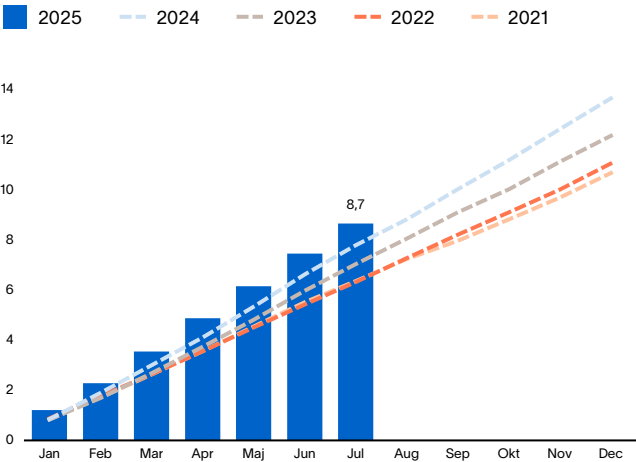
Andel som e-handlat per månad



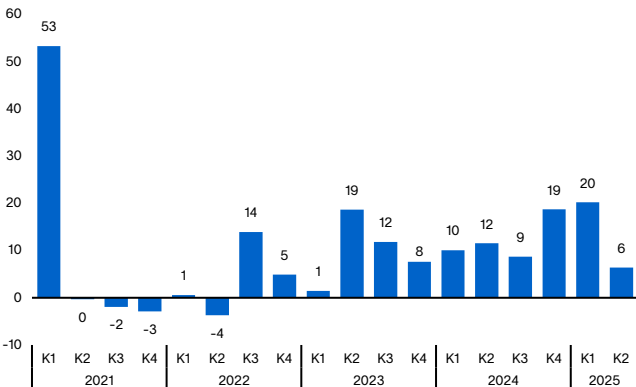
Genomsnittligt köpbelopp



Ackumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Skönhet och hälsa



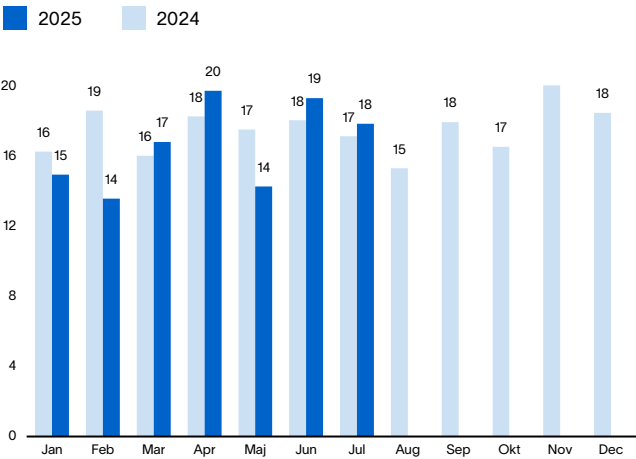
18 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 17 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 506 kronor. Det är ökning från 449 kronor samma kvartal förra året.

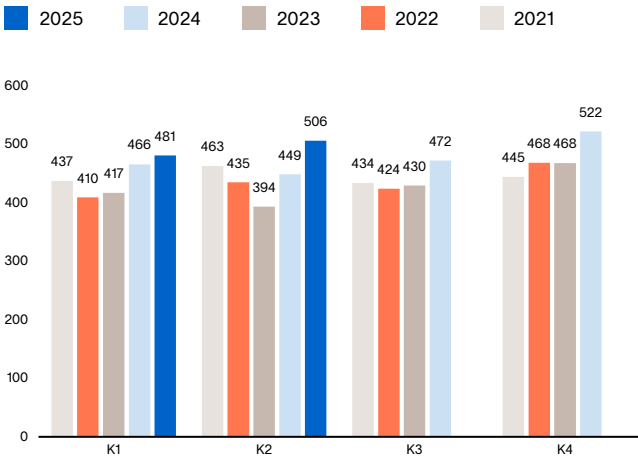
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 4,7 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 13 procent jämfört med samma kvartal förra året.

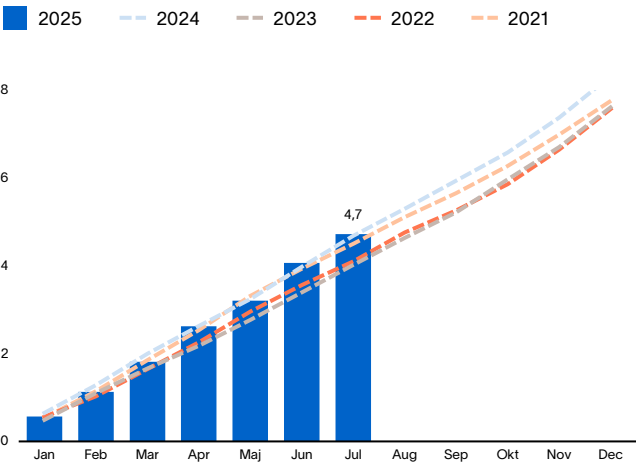
Andel som e-handlat per månad



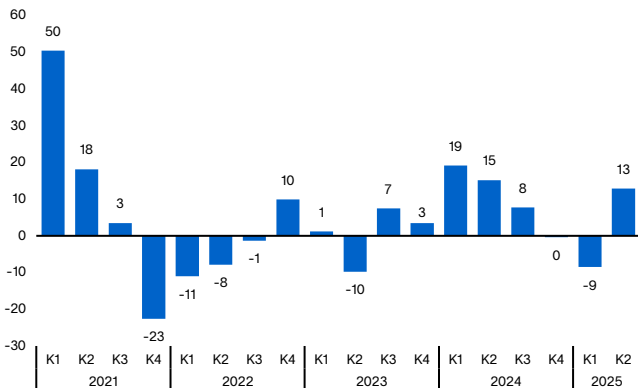
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Sport



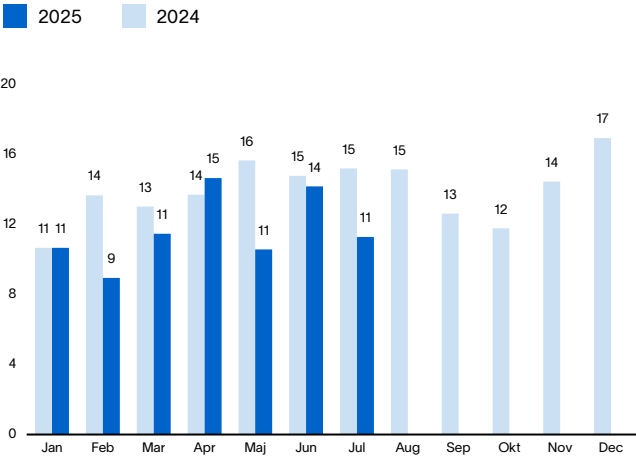
11 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 15 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 708 kronor. Det är en ökning från 704 kronor samma kvartal förra året.

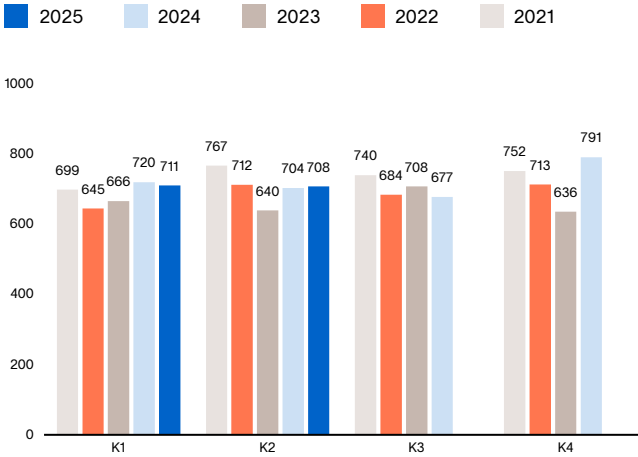
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 4,9 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 9 procent jämfört med samma kvartal förra året.

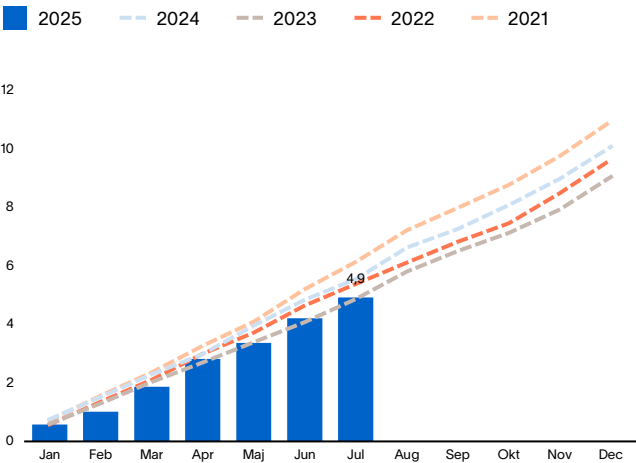
Andel som e-handlat per månad



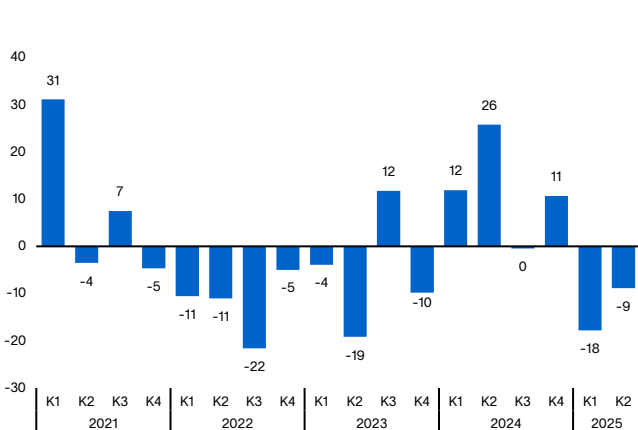
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Alkohol



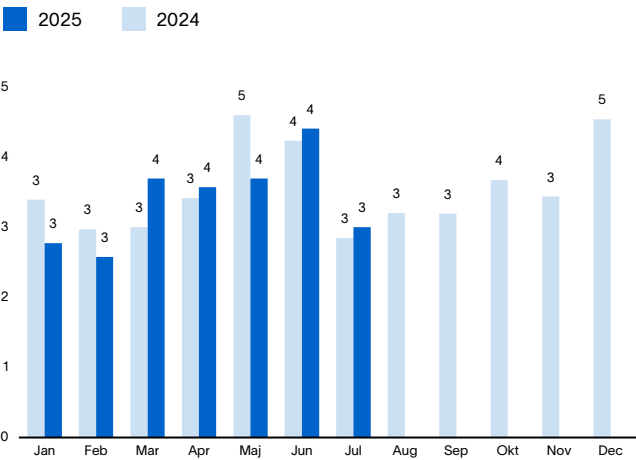
3 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin i juli månad. Det är en lika hög andel som förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 802 kronor. Det är en minskning från 896 kronor samma kvartal förra året.

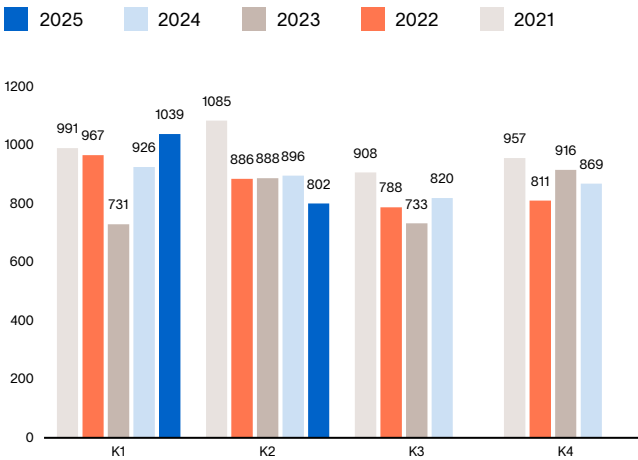
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 1,8 miljarder kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 15 procent jämfört med samma kvartal förra året.

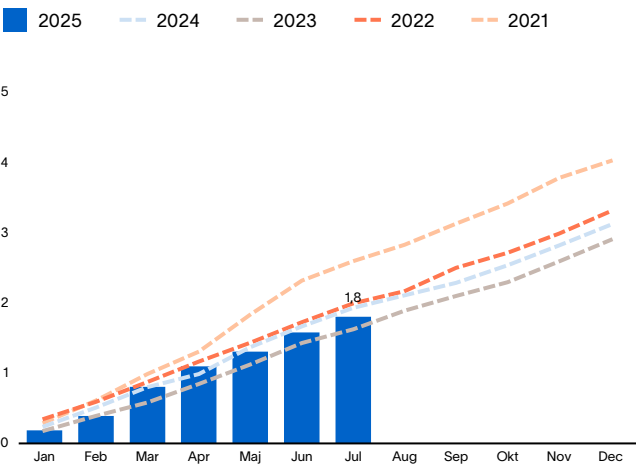
Andel som e-handlat per månad



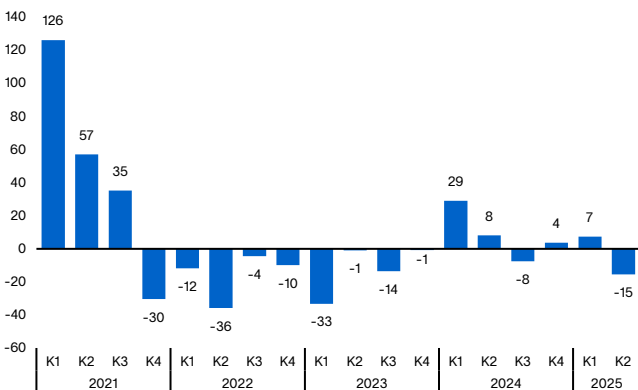
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Nikotin- och tobaksprodukter



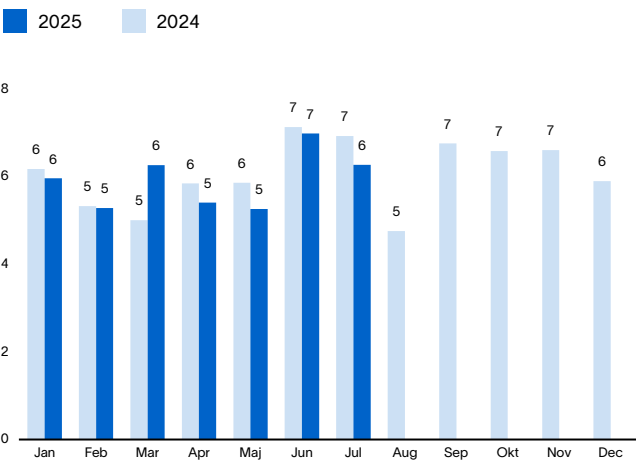
6 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 7 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under andra kvartalet 2025 till 797 kronor. Det är en ökning från 778 kronor samma kvartal förra året.

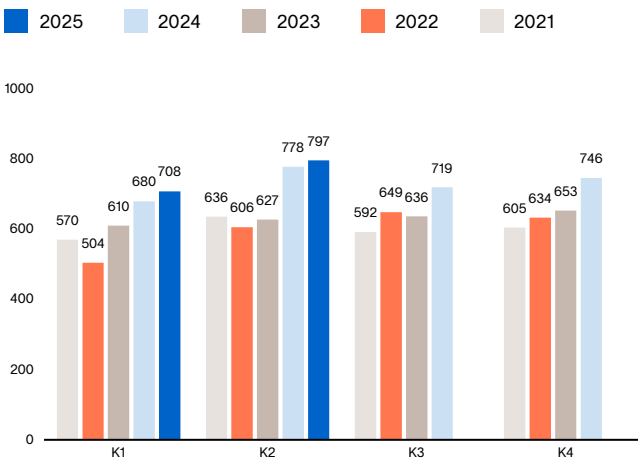
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 2,7 miljard kronor.

Andra kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 5 procent jämfört med samma kvartal förra året.

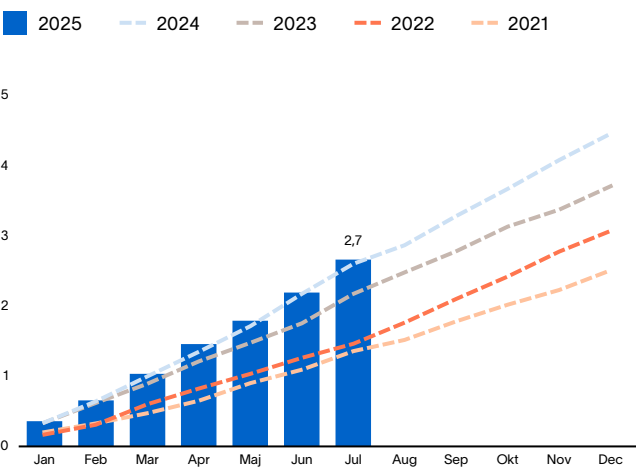
Andel som e-handlat per månad



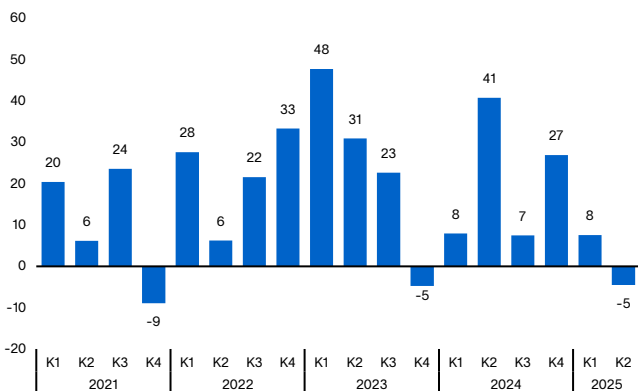
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



3.

Leveranser och e-handel från utlandet

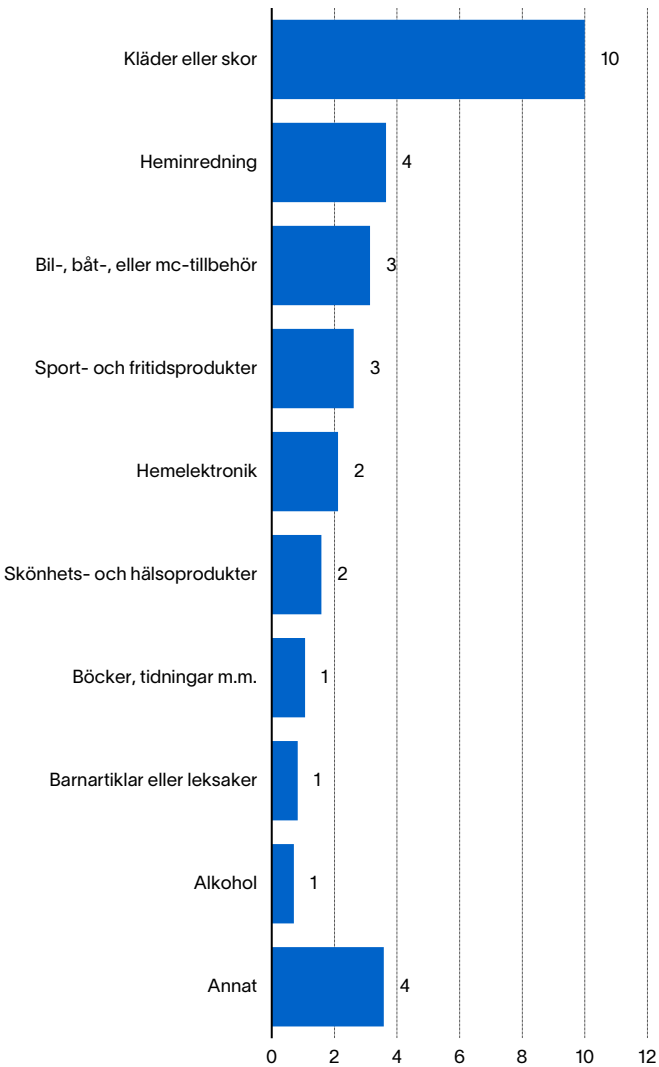


Andel som e-handlat från utlandet

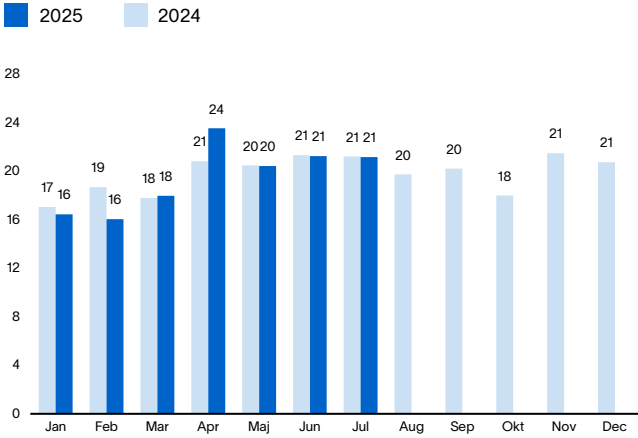
21 procent av konsumenterna e-handlade varor från utlandet i juni såväl som juli. Det är en lika hög andel som samma månader 2024. Motsvarande genomsnittlig andel för kvartal 2 som helhet var 22 procent. Det var en ökning från 21 procent samma kvartal förra året.

Den vanligaste varukategorin som e-handlades från utlandet i juli var kläder och skor, som e-handlades av 10 procent av konsumenterna. Heminredning var den näst vanligaste varukategorin följt av bil-, båt- och mc-tillbehör och sport- och fritidsprodukter.

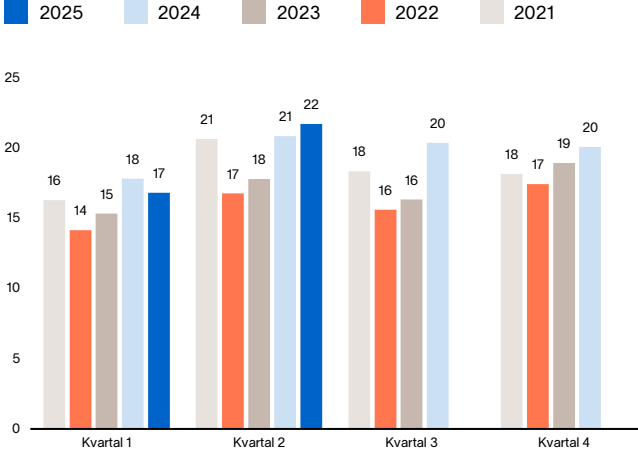
Andel konsumenter som e-handlat varor från utlandet, per varukategori



Andel konsumenter som e-handlat varor från utlandet, per månad



Andel konsumenter som e-handlat varor från utlandet, per kvartal



Leveranser av e-handelsköp

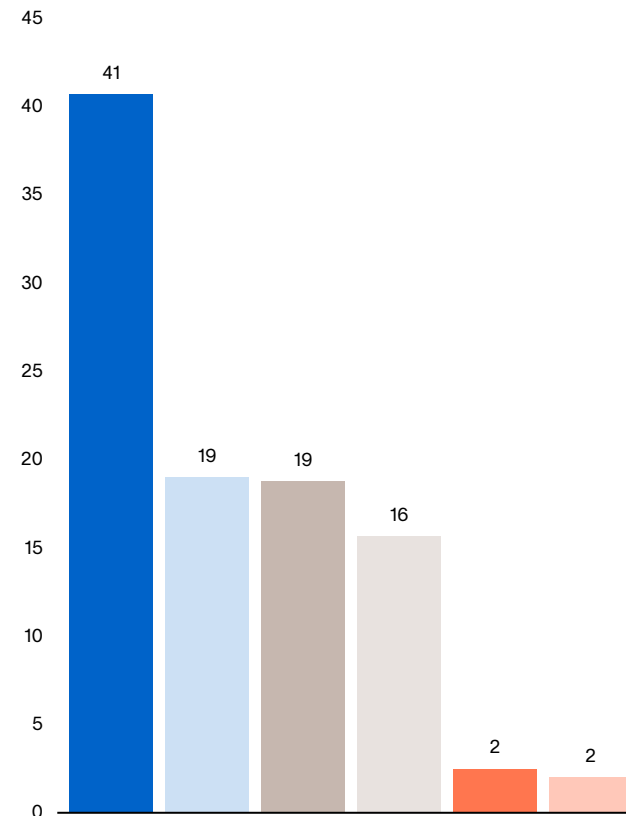
Leverans av e-handelsköp till ett utlämningsställe är det vanligaste leveranssättet till konsumenterna. I juli fick 41 procent av de som e-handlat sitt senaste e-handelsköp levererat på det sättet.

Näst vanligaste leveranssätten i juli var leverans till paketautomat samt hemleverans till brevlåda eller fastighetsbox. 19 procent av e-handelskonsumenterna fick sina leveranser på något av de sätten.

Tänk på ditt senaste e-handelsköp av en vara. Hur fick du din vara levererad?

Juli 2025

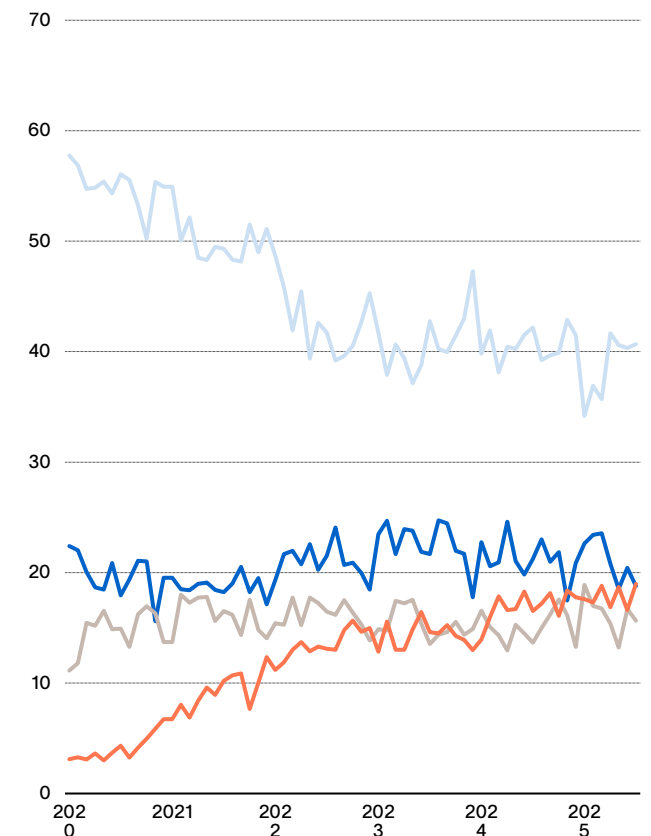
- Till ett utlämningsställe
- Till en paketautomat på offentlig plats
- Hem till min brevlåda/fastighetsbox
- Hemleverans till min tomt/dörr
- Till en fysisk butik som e-handelsföretaget också driver
- Till annan fysisk butik



Tänk på ditt senaste e-handelsköp av en vara. Hur fick du din vara levererad?

Januari 2020 – juli 2025

- Brevlåda
- Utlämningsställe
- Hemleverans
- Paketautomat





Vi ser hur e-handelsköpen från utlandet cementerat sig på höga nivåer, vilket tyvärr innebär att svenska konsumenter satt i system att handla från plattformar som Temu och Shein.

Per Ljungberg,
innovationschef på Svensk Handel



Metodbeskrivning

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 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 juni 2025 genomfördes 2172 intervjuer den 1-8 juni vilket motsvarade en deltagarfrekvens på cirka 46 procent bland det totala antalet tillfrågade. Avseende e-handeln i juli genomfördes 2095 intervjuer den 1-8 augusti vilket motsvarade en deltagarfrekvens på cirka 48 procent.

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.

Vid frågor kontakta
Svensk Handels pressjour:
010 47 18 650
svenskhandel.se