



E-handelsindikatorn December 2022

SH Svensk
Handel

”En bred nedgång som drabbar flertalet branscher”

Per Ljungberg, innovationschef Svensk Handel

Omsättning december 2022 jämfört med december 2021

-3%

E-handel i Sverige

-5%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling helåret 2022 jämfört med helåret 2021

-9%

E-handel i Sverige

-12%

E-handel i Sverige och från utlandet

Betydande minskning i volymförsäljning för e-handeln

Svensk Handels E-handelsindikator för december månad visar att e-handels omsättning, mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer, sjönk med 3 procent jämfört med samma månad föregående år. Sett över hela julhandelsperioden november-december höll e-handeln nästan jämna steg med fjolåret sett till omsättning i löpande priser. Bakom dessa siffror döljer sig dock en betydande minskning i volymförsäljning. Trots ökade priser har handeln svårt att kompensera sig för inköpspriserna, som ökat ännu mer, i kombination med bland annat ökade energikostnader.

- Undantaget september månad 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, innovationschef på Svensk Handel.

För helåret 2022 blev utvecklingen dyster. Omsättningen i e-handeln minskade med 9 procent i Sverige och med 12 procent om e-handeln från utlandet också inkluderas. E-handelsindikatorn mäts i löpande priser men sett till prisökningarna på detaljhandelsvaror i storleksordningen 4-5 till 10-11 procent beroende på varukategori dras slutsatsen att volymförsäljningstappet blev betydligt större än så.

- 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.

Utöver dagens lansering finns nu även E-Handelsindikatorn för november 2022, som sköts upp, tillgänglig på www.svenskhandel.se/rapporter/e-handelsindikatorn/

E-handelsomsättningen minskade i december, men krontappet är lägre än tidigare under året



Omsättningen i december minskade med 3 procent jämfört med samma månad förra året och var hela 30 procent lägre än december 2020. E-handeln har, med septembermånaden som enda tydliga undantag, tappat mot fjolårets jämförelsetal under hela 2022. I november och december har dock fallet dämpats.

E-handelsindikatorn mäts i löpande priser och den stigande inflationen under andra halvåret är en delförklaring till att utvecklingstakten inte är fullt lika negativ. Av samma anledning kan vi emellertid dra slutsatsen att volymförsäljningen minskat betydligt mer vilket pressar handlarnas marginaler.

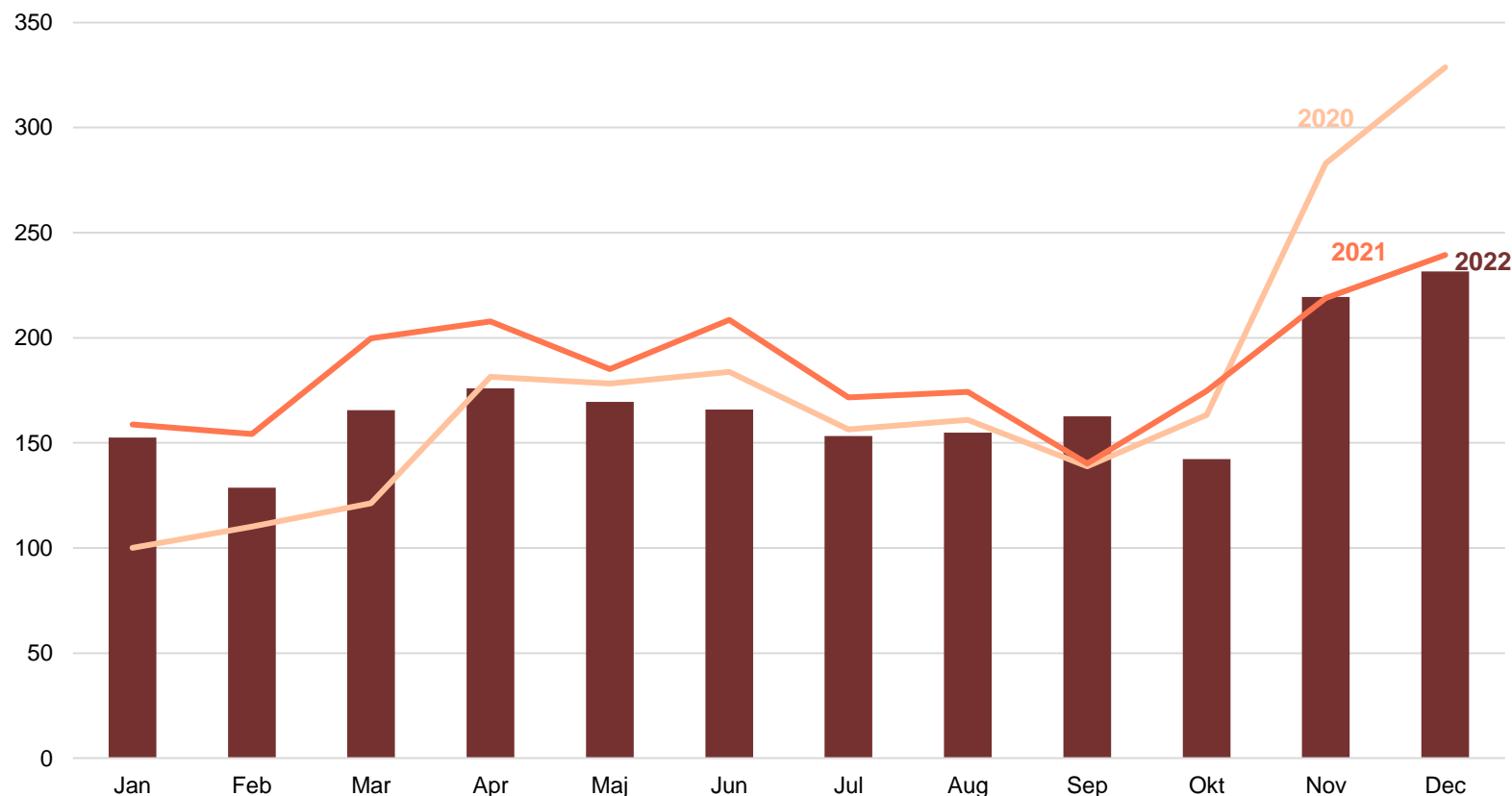
Utveckling per kvartal 2022 jämfört med 2021

-13% **-15%** **-3%** **-6%**

Kvartal 1 **Kvartal 2** **Kvartal 3** **Kvartal 4**

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

Index Januari 2020 = 100.



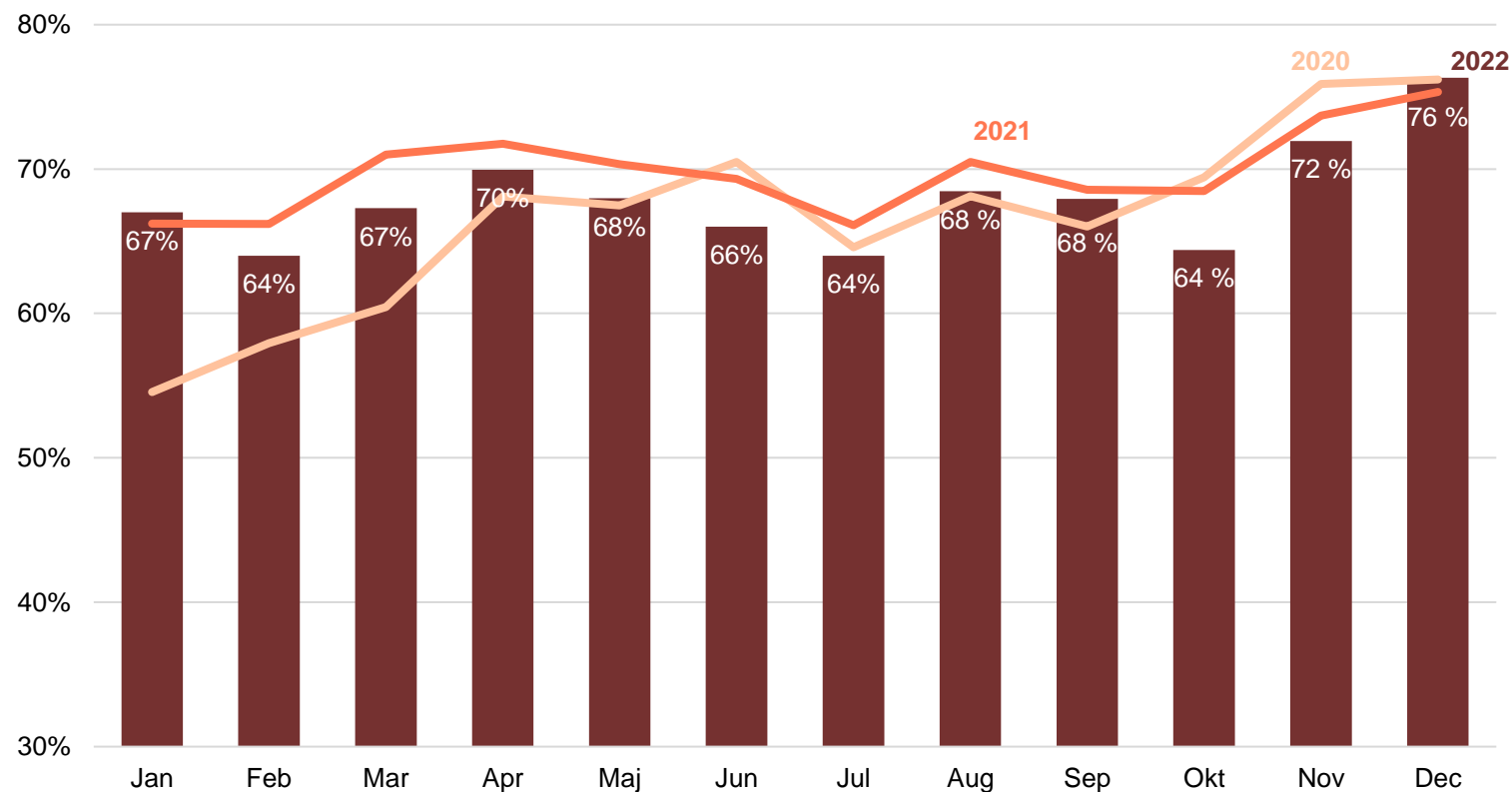
Andelen e-handlare i december överträffade fjolåret



76 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i december 2022. Det var 1 procent mer än fjolårets decembermånad och en lika hög andel som 2020.

Sett till helåret 2022 var andelen som e-handlade högre än 2021 enbart två månader, årets första och årets sista. Övriga 10 månader var andelen lägre. I genomsnitt under året minskande andelen som e-handlade en enskild månad med 2 procentenheter. En minskande andel e-handelskonsumenter är en delförklaring, men inte den huvudsakliga förklaringen, till den minskande e-handelskonsumtionen 2022.

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



Det genomsnittliga köpbeloppet sjönk trots inflationen

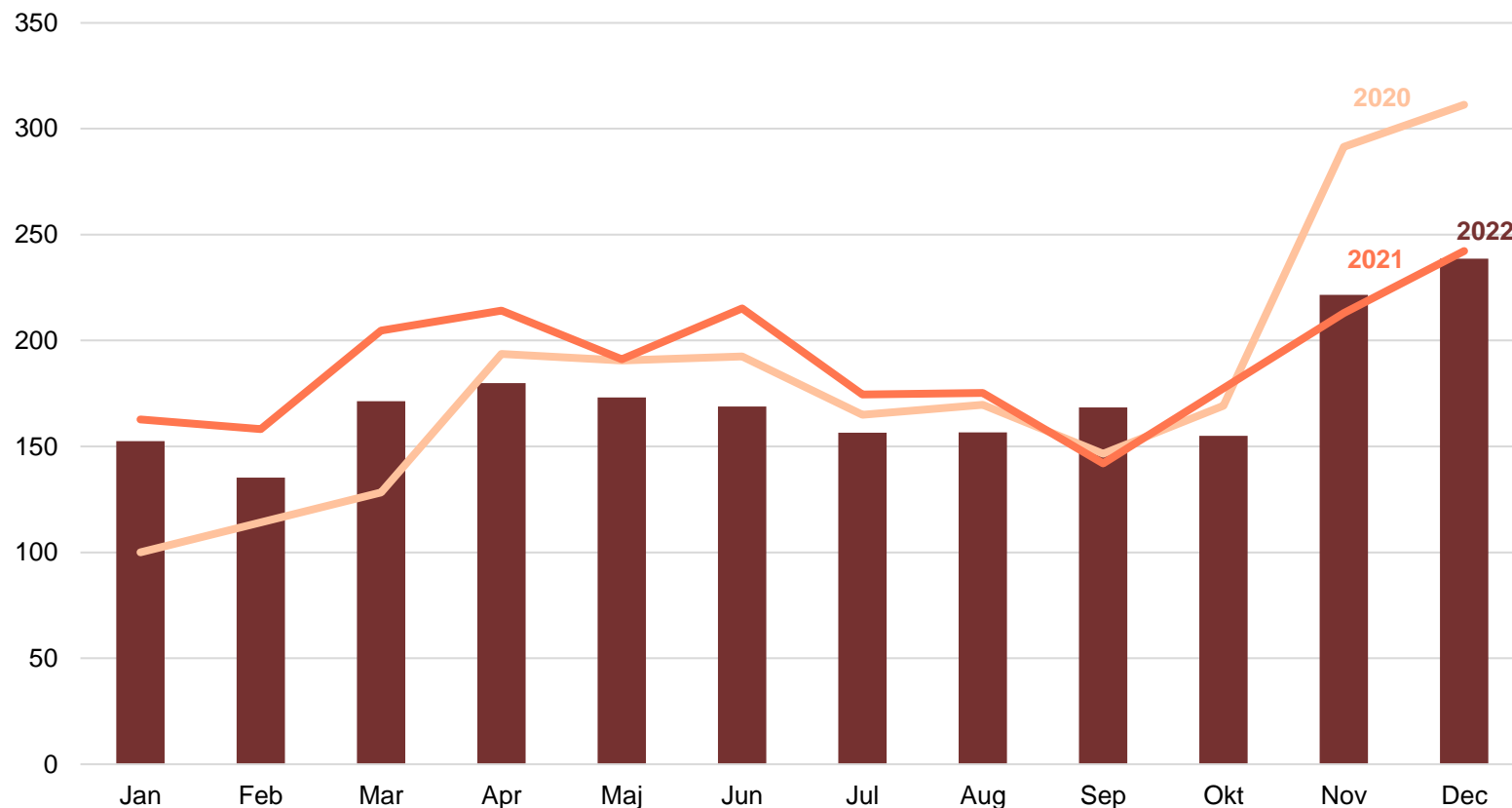


Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade marginellt jämfört med samma månad 2021. December var, i likhet med tidigare år, e-handelns starkaste månad sett till genomsnittligt köpbelopp 2022. Även om det genomsnittliga köpbeloppet minskade i december jämfört med fjolåret så var nivåerna sett över hela julhandelsperioden november-december ungefär i nivå med 2021. Av detta kan vi dock sluta oss till att volymförsäljningen minskade betydligt prisökningarna varit betydande i flertalet varukategorier.

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.



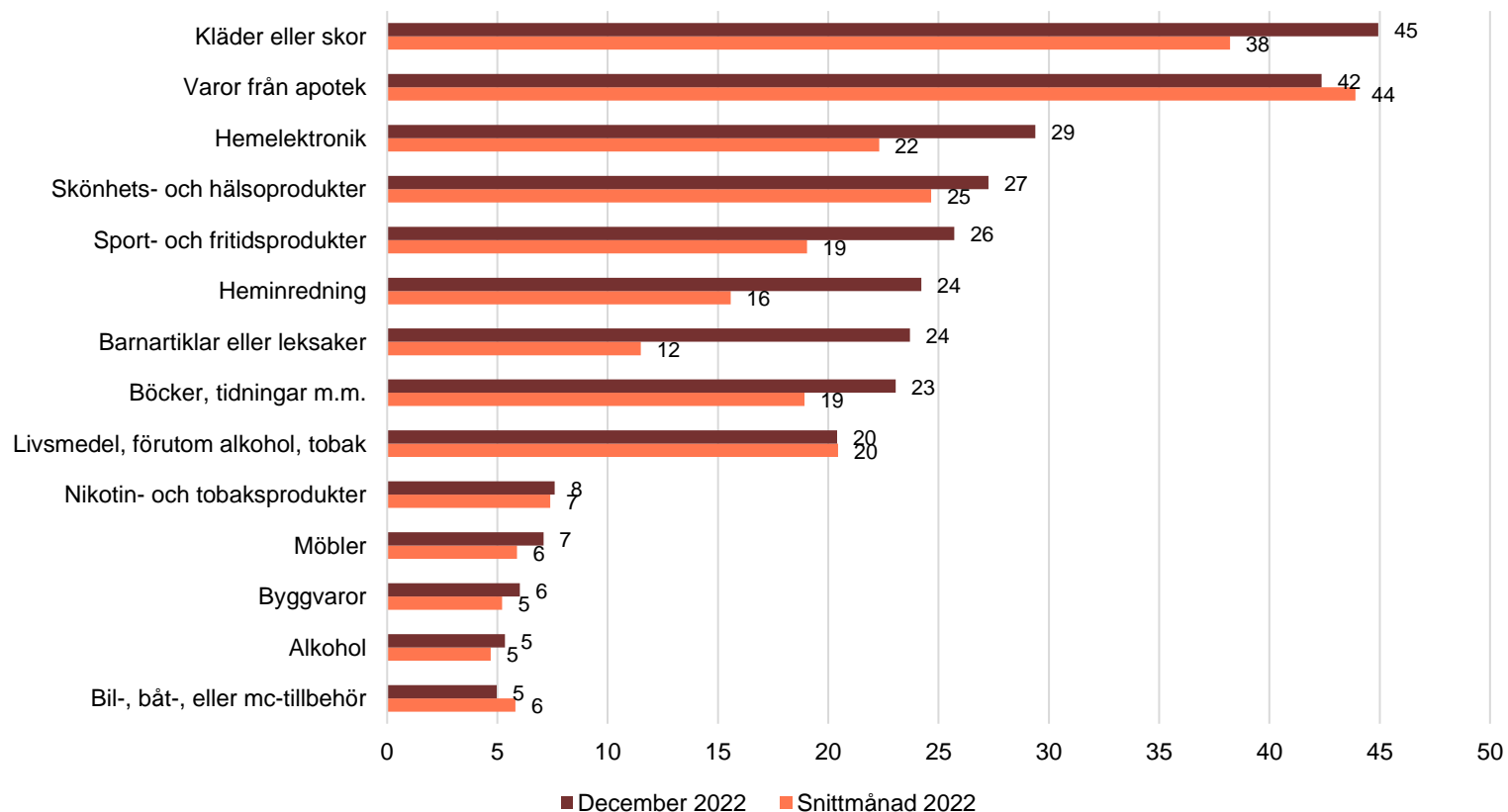
Andelen som e-handlade leksaker och heminredning ökade mest i julhandeln 2022



Kläder och skor var de produkter som handlades av flest e-handelskonsumenter i december. 45 procent av de som e-handlade handlade i nämnda varukategori. Näst vanligast var att e-handla varor från apotek som handlades av 42 procent av konsumenterna.

Ovan nämnda kategorier är generellt sett de som e-handlas av flest konsumenter. I e-handeln av kläder och skor syntes dock en tydlig julhandelseffekt, betydlig fler e-handlade i kategorin jämfört med en snittmånad 2022. Andra produktkategorier som gynnades i julhandeln var hemelektronik, sport- och fritidsprodukter, heminredning och, i synnerhet, barnartiklar och leksaker.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, december 2022 och en genomsnittsmånad 2022, procent



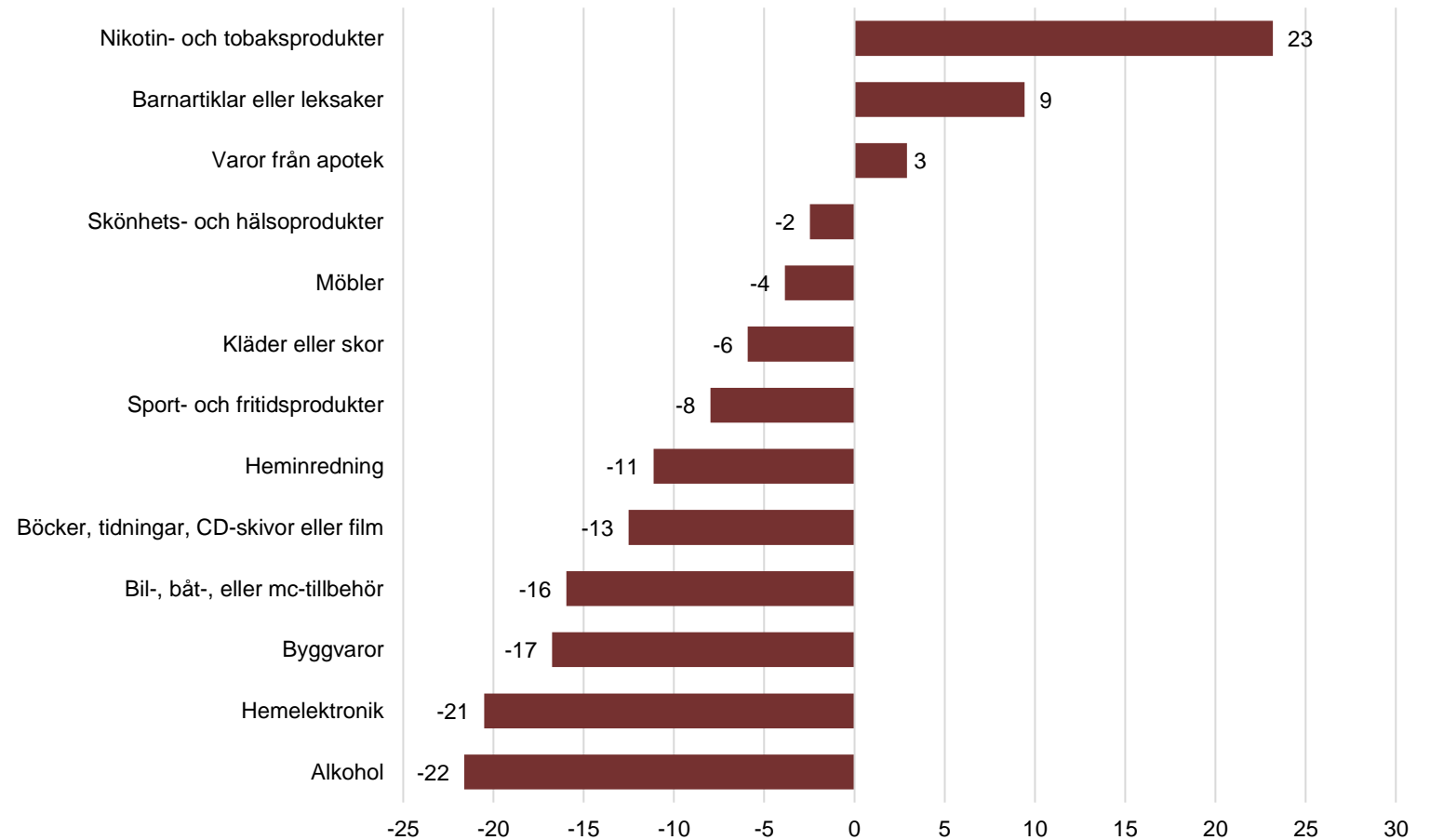
Bas: Konsumenter 18-89 år som har e-handlat.

Tungt i flertalet e-handelskategorier 2022



Trots den kraftiga inflationen minskade omsättningen i e-handeln i flertalet varukategorier under helåret 2022. Dels mötte många branscher starka jämförelsetal från 2021 eftersom e-handeln då gick mycket starkt till följd av de förändringar i rörelsemönster som fortfarande förelåg på grund av pandemin. 2022 vände kundströmmarna delvis tillbaka till butikshandeln. Dels har hushållen, som pressas av generellt ökade kostnader, dragit ned kraftigt på detaljhandelskonsumtionen under i synnerhet hösten. Bland de större e-handelsbranscherna hade elektronikhandeln, där var femte försäljningskrona tappades jämfört med fjolåret, det allra tuffast. Barnartiklar och leksaker gick förhållandevis starkt och den nioprocentiga tillväxttakten i löpande priser tyder även på en viss försäljningsökning i volym.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel helåret 2022 jämfört med helåret 2021, procent



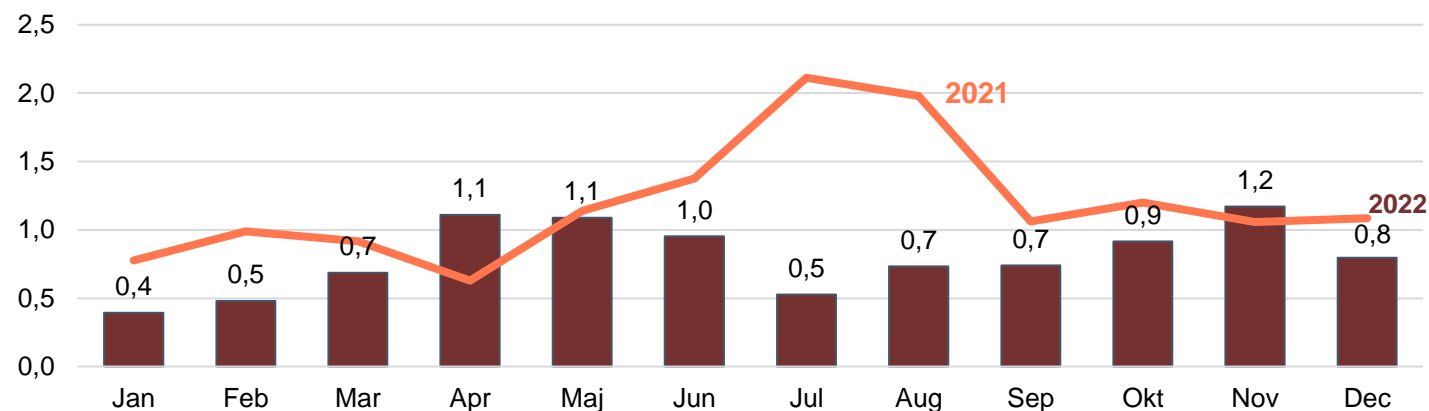
E-handeln från utlandet i nivå med fjolårets under november



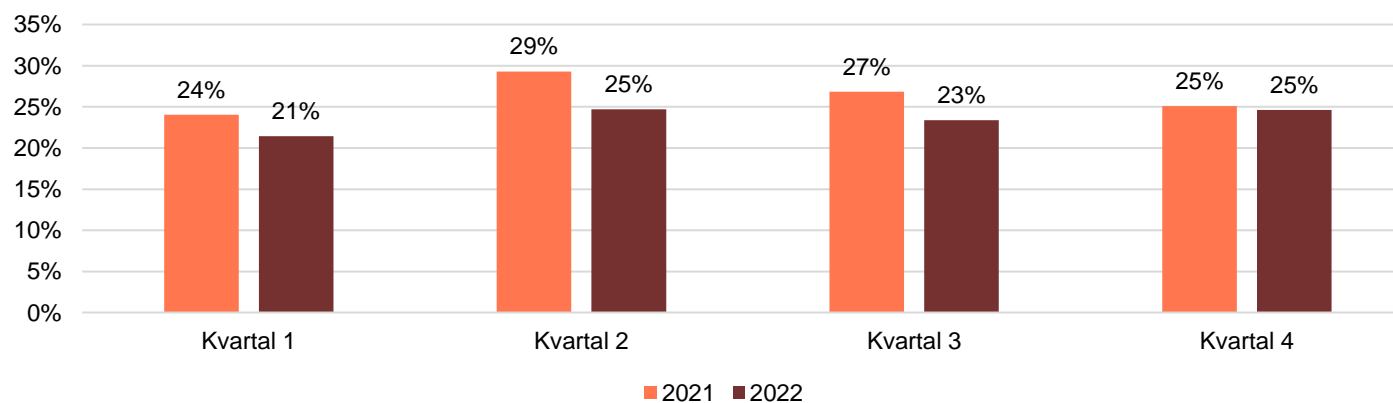
E-handeln från utlandet uppgick till 800 miljoner kronor i december vilket är lägre än fjolårets 1,1 miljarder samma månad. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet 2022 uppgick till 9,6 miljarder kronor, en minskning med hela 4,7 miljarder kronor jämfört med de 14,3 miljarder kronor som uppmättes under samma period 2021. Det var främst sommarmånaderna som uppvisade kraftiga omsättningsminskningar jämfört med 2021.

Andelen e-handelskonsumenter som e-handlade från utlandet minskade samtliga kvartal 2022 men enbart marginellt fjärde kvartalet jämfört med de betydligt större minskningarna årets tre första kvartal.

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 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 december 2022 genomfördes 2050 intervjuer den 1-8 januari 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**