

E-handelsindikatorn Juni och juli 2023



SH Svensk
Handel

Svensk Handels E-handelsindikator

Juni och juli 2023



Omsättning juni 2023 jämfört med juni 2022

-3%

E-handel i Sverige

-2%

E-handel i Sverige och från utlandet

Omsättning juli 2023 jämfört med juli 2022

2%

E-handel i Sverige

7%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-juli 2023 jämfört med samma period 2022

-4%

E-handel i Sverige

-4%

E-handel i Sverige och från utlandet

Fortsatt svag utveckling i e-handeln trots inflationen

Svensk Handels E-handelsindikator för juni och juli månad visar att e-handels omsättning i Sverige minskar med 3 procent i juni och ökar med 2 procent i juli jämfört med samma månader föregående år.

Förutom i juli har omsättningsutvecklingen i e-handeln minskat samtliga månader under 2023 hittills med undantag i februari. För hela perioden januari till och med juli har omsättningen totalt minskat med 4 procent mätt både i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer och när e-handeln från utländska aktörer inkluderas. Det är en svag utveckling både sett i ljuset av att förra årets jämförelsetal i sig är svaga jämfört med 2021 samt att inflationen fortfarande är påtagligt högre än normalt.

- *Det är fortsatt en väldigt utmanande marknad för e-handeln i Sverige och inget tyder på en nära vändning. E-handelsföretag som främst fokuserar på den svenska marknaden kommer sannolikt fortsatt ha det mycket tufft. Mest utmanande är det för de som säljer kapitalintensiva varor som möbler online, ett segment vars omsättning backat med hela 37 procent hittills i år, säger Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel.*

Andelen svenskar som e-handlade ökade något i både juni och juli i år jämfört med samma månader förra året. Tendensen är dock att varje e-handelskonsument handlar för ett lägre belopp. I juni minskade det genomsnittliga köpbeloppet per konsument med 5 procent. I juli var det oförändrat. Hittills i år har inte det genomsnittliga köpbeloppet tydligt ökat under någon månad. Hushållens alltmer ansträngda plånböcker har påverkat hur mycket pengar man handlar för men e-handeln som inköpskanal har inte påverkats i samma utsträckning.

- *Beteendeförändringen mot ökad e-handel och konsumenternas jakt på låga priser gynnar andrahandsmarknadens utveckling. Ett flertal svenska digitala marknadsplatser där det går att sälja och köpa begagnade varor har nyligen kommunicerat att försäljningen har varit väldigt stark under den senaste tiden, säger Per Ljungberg.*

E-handelns omsättning minskade i juni men steg något i juli jämfört med 2022

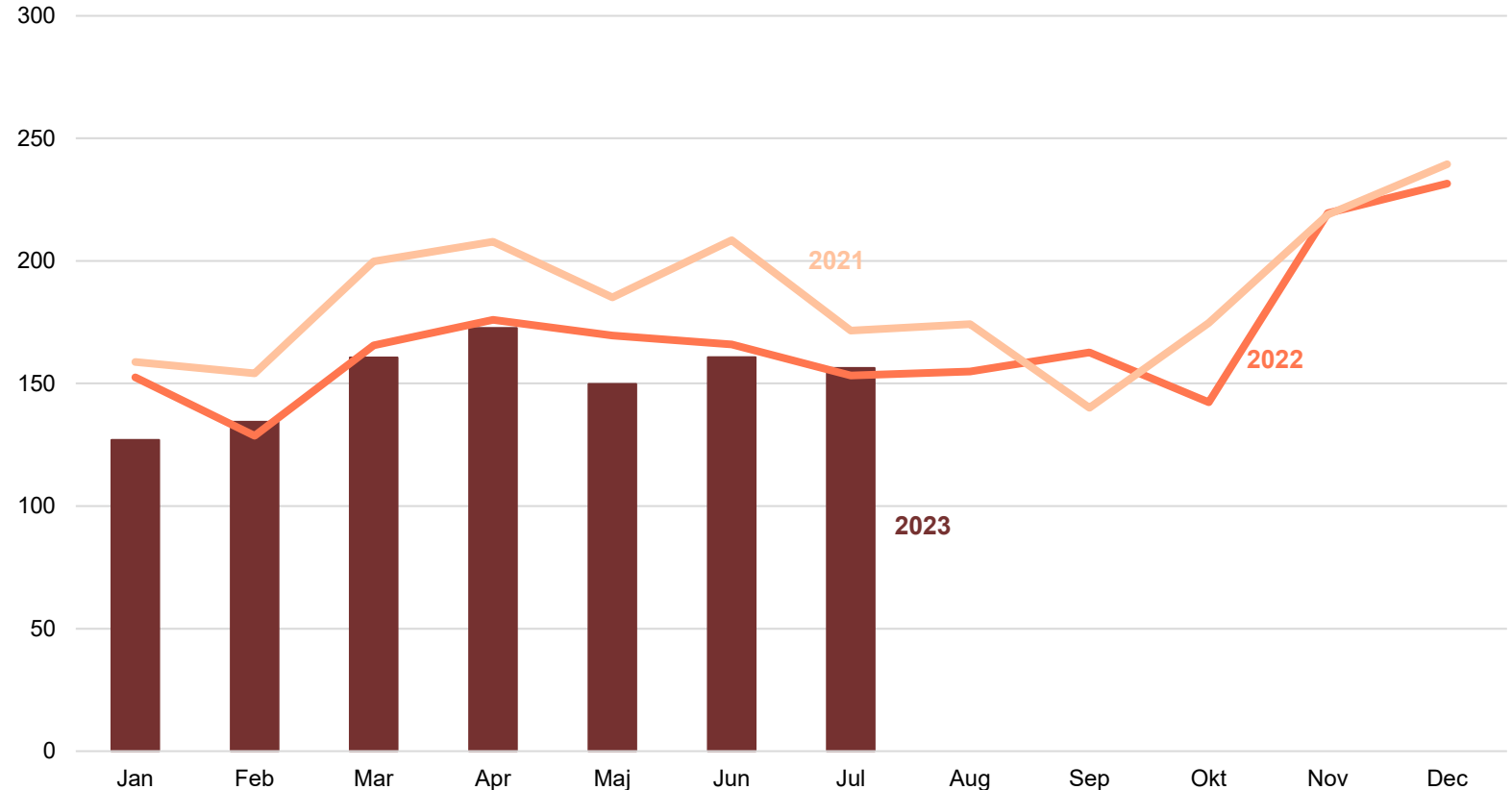


Omsättningen i e-handeln i juni minskade med 3 procent jämfört med juni 2022. Jämfört med samma månad 2021 har omsättningen, trots inflationen, minskat med 23 procent.

Omsättningen i e-handeln i juli ökade med 2 procent jämfört med juli 2022. Även juli månads omsättning är dock lägre än jämförelsemånaden 2021. Omsättningen har minskat med 9 procent jämfört med juli för två år sedan.

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

Index Januari 2020 = 100.



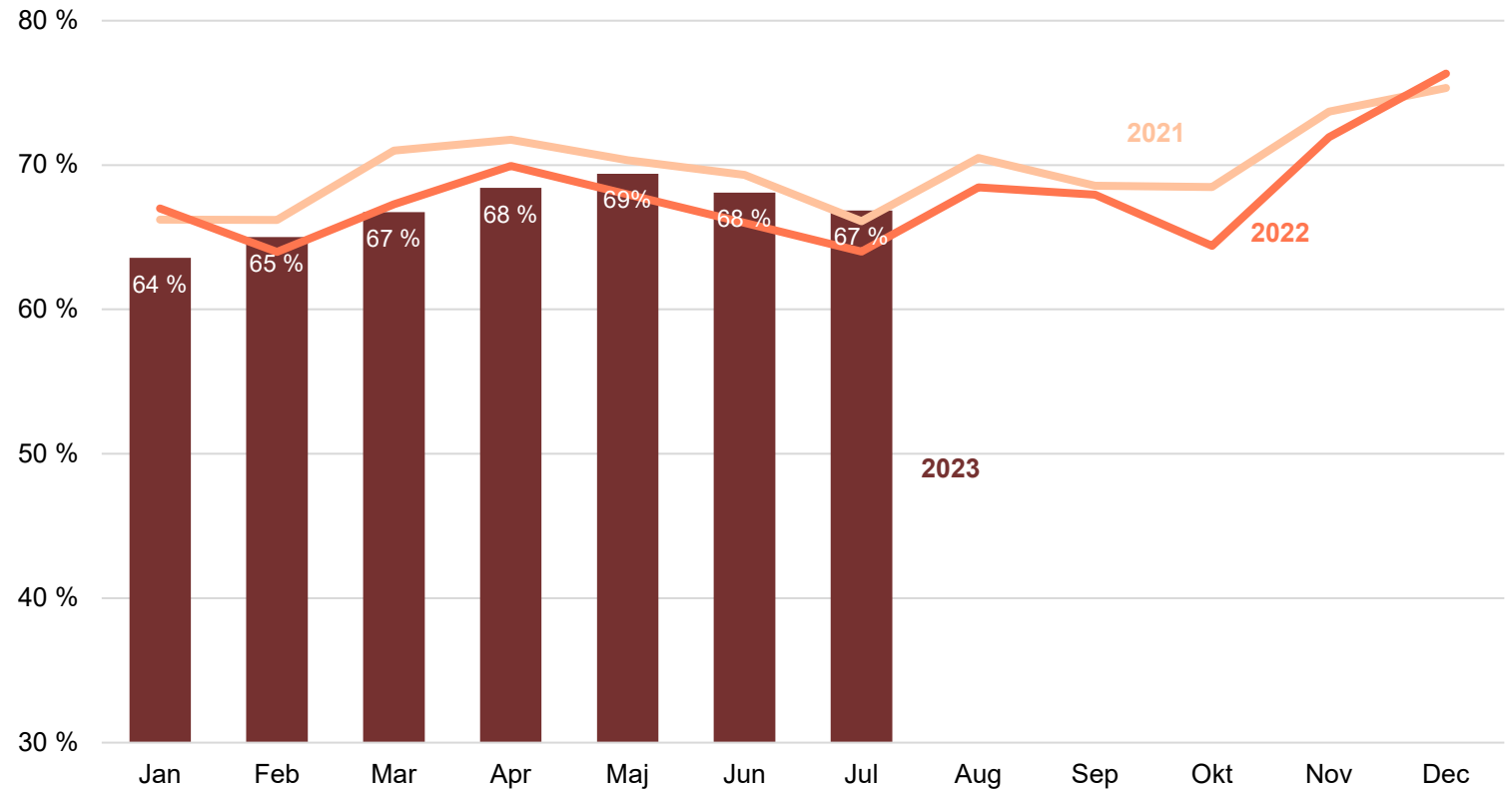
Andelen som e-handlade ökade jämfört med 2022



68 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i juni 2023. Det är en ökning från 66 procent samma månad 2022. I juli sjönk andelen som e-handlade till 67 procent. Det är dock en något högre andel än i både juli 2021 och 2022.

Juli var den tredje månaden i rad som andelen e-handelskonsumenter var högre än under jämförelsemånaderna 2022. Det var dessutom första mät månaden under 2023 då andelen som e-handlade översteg motsvarande andel 2021.

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



Genomsnittliga köpbeloppet minskade i juni jämfört med förra året – juli oförändrat



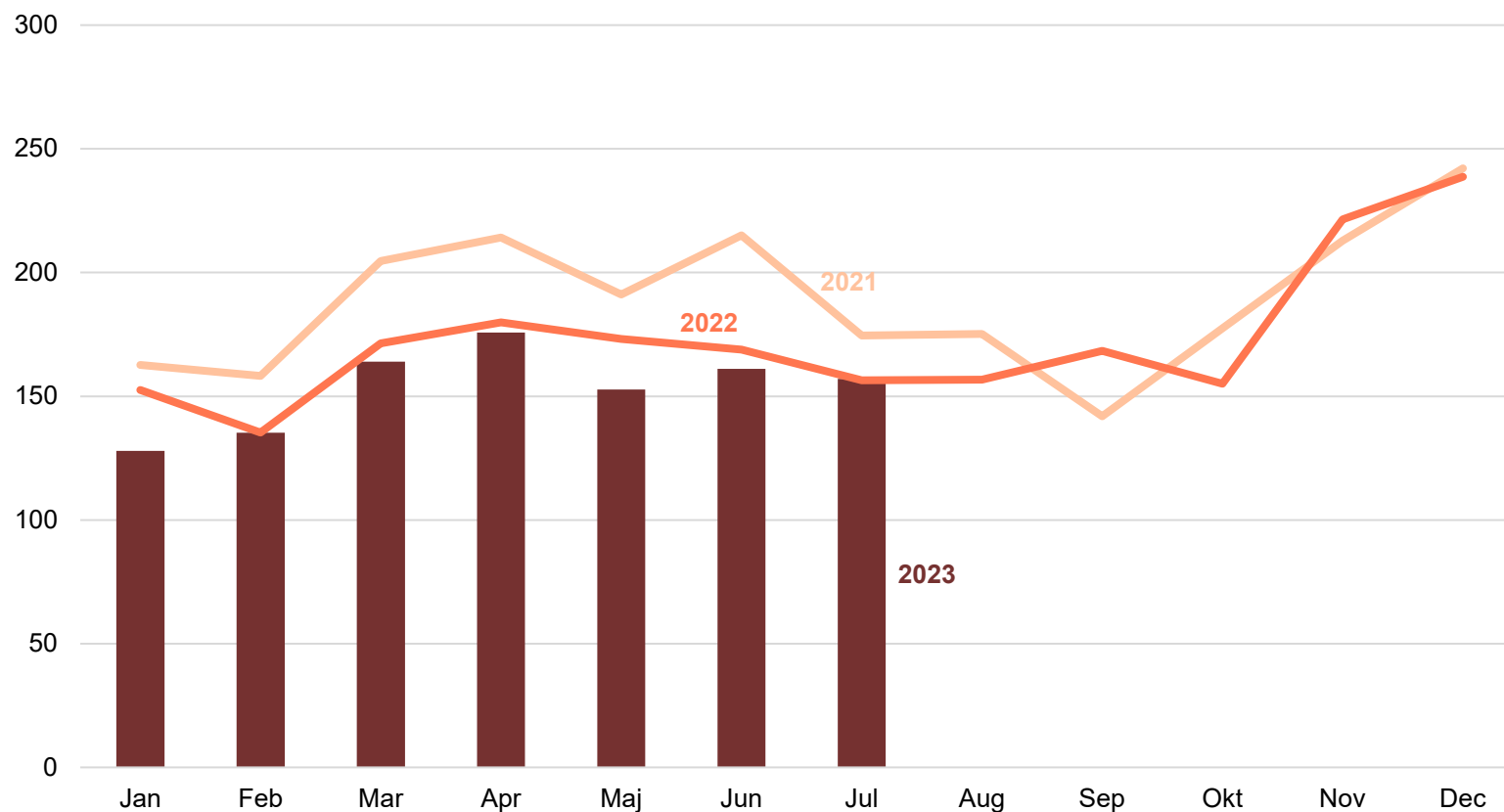
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade med 5 procent i juni jämfört med samma månad 2022. Trots att fler e-handlade i juni i år än förra året medförde det minskade köpbeloppet att omsättningen i e-handeln som helhet sjönk.

I juli var det genomsnittliga köpbeloppet nära nog oförändrat jämfört med juli 2022. Eftersom andelen som e-handlade ökade något jämfört med fjolårets jämförelsemånad ökade också den totala omsättningen i e-handeln.

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.



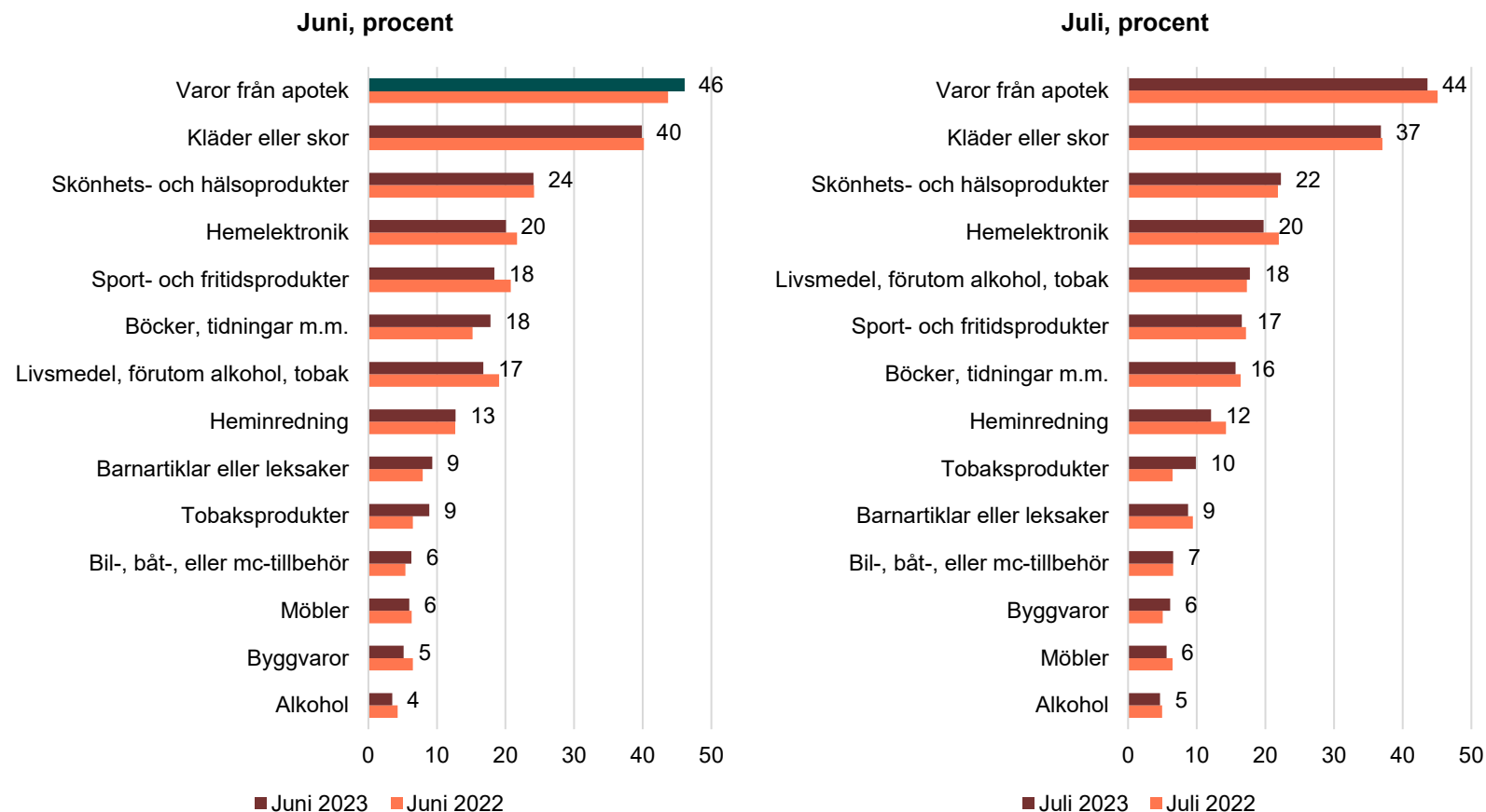
Varor från apotek samt kläder och skor starkast i sommarens e-handel



Varor från apotek är vanligen den varukategori som handlas av flest e-handelskonsumenter. Så var även fallet i juni och juli. Andelen konsumenter som handlar varor från apotek på nätet ökade kraftigt i samband med pandemiutbrottet. Någon motsvarande minskning har inte kunnat skönjas efter pandemin. 46 procent av e-handelskonsumenterna handlade i kategorin i juni och 44 procent i juli.

Näst vanligaste varukategorin är kläder eller skor som handlades av 40 procent av e-handelskonsumenterna i juni och 37 procent i juli. Skönhets- och hälsoprodukter handlades av mer än var femte konsument

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori.



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

Omsättningen i allt fler varukategorier utvecklas negativt jämfört med fjolåret

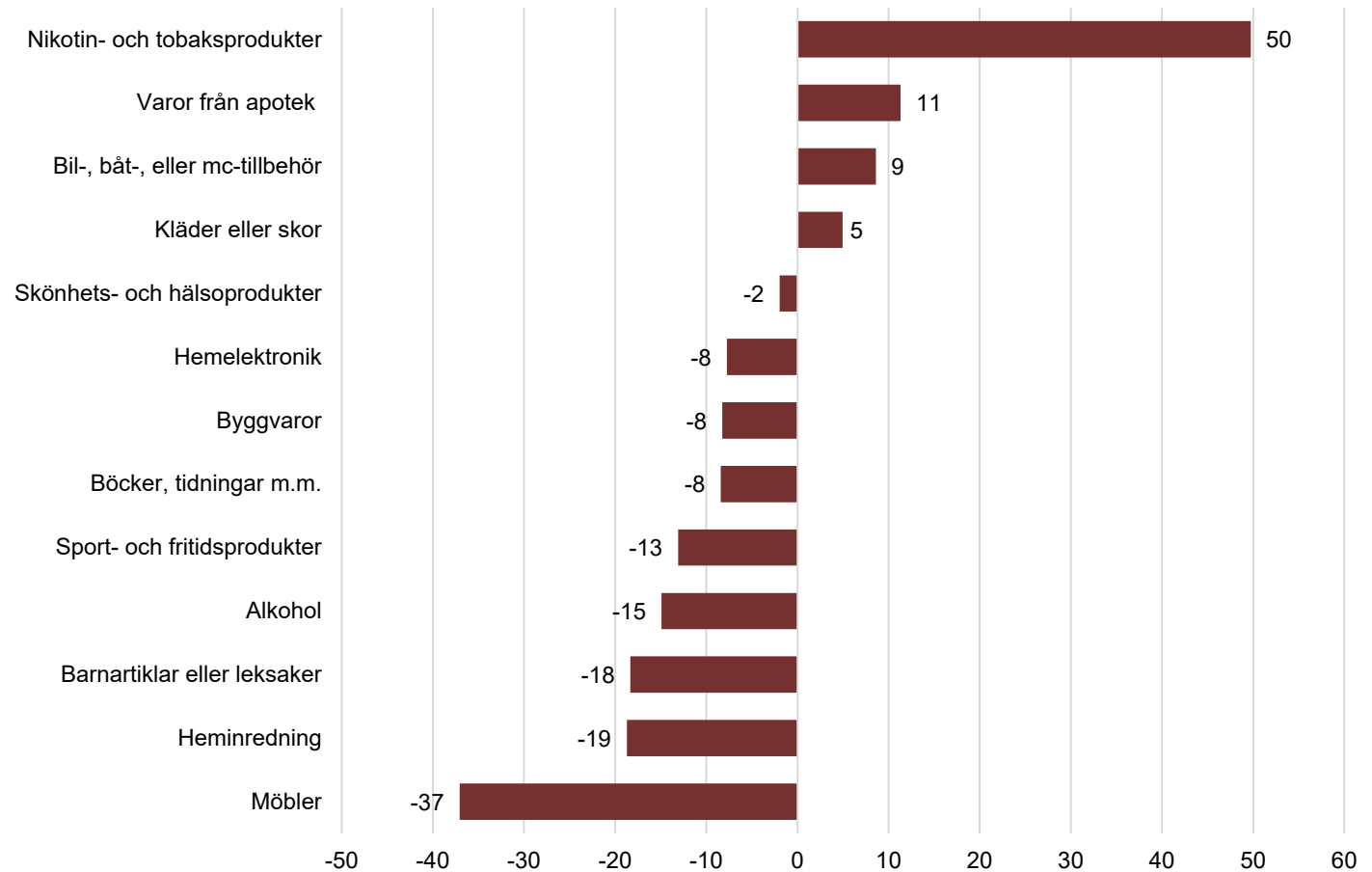


Akkumulerat så här långt under året har e-handeln i Sverige minskat med 4 procent i omsättning. Flertalet av varukategorierna backar men det finns vissa undantag. Det tydligaste är nikotin- och tobaksprodukter som är en tillväxtbransch på nätet och har vuxit med 50 procent hittills i år.

Bland de branscher som omsätter mest via e-handelskanalen uppvisar varor från apotek samt kläder och skor positiva tillväxttal. Tillväxten är dock i dessa fall i högre utsträckning inflationsdrivna än konsekvenser av en tydligt ökad volymförsäljning.

Kapitalintensiva varor för hemmet har det fortsatt mycket tufft och minskar kraftigt både i löpande priser och i volym.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel januari-juli 2023 jämfört med samma period 2022, procent



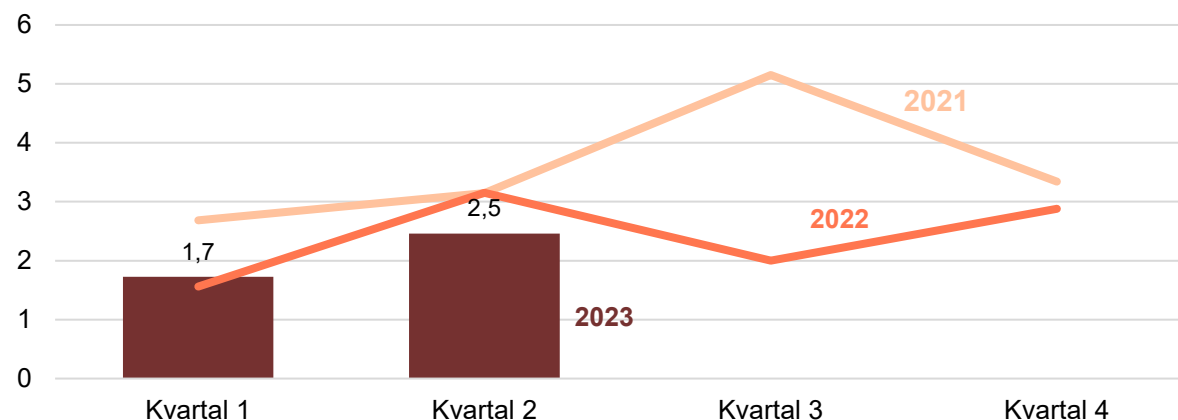
E-handeln från utlandet omsatte mindre än förra året under andra kvartalet



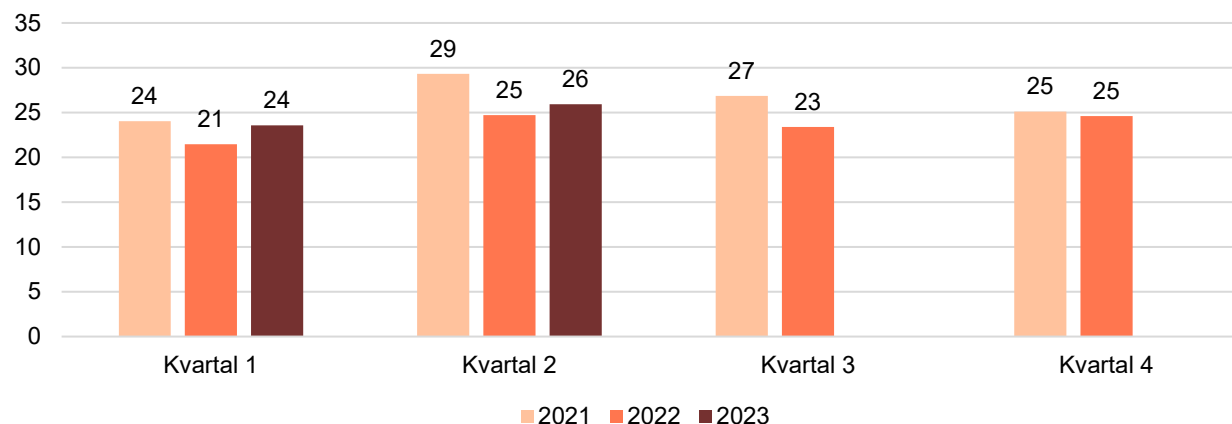
E-handeln från utlandet uppgick till cirka 2,5 miljarder kronor under andra kvartalet 2023. Det var en ökning med cirka 800 miljoner kronor jämfört med första kvartalet 2023. Jämfört med andra kvartalet både under 2021 och 2022 minskade dock omsättningen med cirka 600 miljoner kronor.

Andelen e-handelskonsumenter som e-handlade från utlandet under andra kvartalet i år var något högre än under fjolåret men betydligt lägre än under samma kvartal 2021.

Svenska konsumenters e-handel från utlandet per kvartal 2021-2023, miljarder kronor



Andel e-handelskonsumenter som har e-handlat från utlandet per kvartal (genomsnitt per månad) 2021-2023



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 säsongsvariationer.

Avseende e-handeln i juni 2023 genomfördes 2079 intervjuer den 1-7 juli med en deltagarfrekvens på 57 procent bland det totala antalet tillfrågade. Avseende e-handeln i juli 2023 genomfördes undersökningen den 1-9 augusti 2022. Totalt genomfördes 2098 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 57 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**