

E-handelsindikatorn Mars 2023



SH Svensk
Handel

”Trots det dystra konjunkturläget finns det flera företag som går mot strömmen”

Per Ljungberg, innovationschef, Svensk Handel

Omsättning mars 2023 jämfört med mars 2022

-3%

E-handel i Sverige

-5%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling helåret 2023 jämfört med helåret 2022

-6%

E-handel i Sverige

-5%

E-handel i Sverige och från utlandet

E-handeln minskade med 3 procent i mars

Svensk Handels E-handelsindikator för mars månad visar att e-handels omsättning, mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer, minskade med 3 procent jämfört med samma månad föregående år och med 5 procent om e-handeln från utlandet också inkluderas.

Efter en positiv februariutveckling minskade omsättningen i e-handeln återigen i mars månad. E-handeln har under 2022 och 2023 haft svårt att matcha den starka omsättningstillväxten under pandemiåren 2020 och 2021. Sedan januari 2022 har omsättningstillväxten bara tydligt ökat två månader av 15. I nuläget pressas dessutom handeln som helhet av exceptionellt låg efterfrågan, volymutvecklingen är den lägsta sedan 90-talskrisen.

- Även e-handeln fortsätter att påverkas av de tuffare tiderna, och många siffror går åt fel håll. Med det sagt finns ändå ljusglimtar. Vi kan bland annat se en tillväxt för kläder och skor under första kvartalet. Trots det dystra konjunkturläget finns det alltså flera företag som går mot strömmen, säger Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel.

Andelen som e-handlade i mars var i princip oförändrad jämfört med samma månad förra året. Omsättningsminskningen förklaras i stället av att det genomsnittliga köpbeloppet per e-handelskonsument minskade. Med tanke på att prisökningarna fortfarande är högre än normalt förstärker detta bilden av en mycket svag volymutveckling. Trots inflationen minskade exempelvis e-handeln av byggvaror med nära 40 procent i löpande priser och e-handeln av heminredning och möbler med cirka 20 procent.

- Trots de svaga siffrorna är det viktigt att framhålla att stora delar av den beteendeförändring mot ökad e-handel som observerades under pandemin har permanentats. Digitala inslag är numera en självklarhet i samband med många köp och över tid förväntas e-handeln fortsätta växa med 10-15 procent per år, säger Per Ljungberg.

E-handelns omsättning minskade jämfört med fjolåret



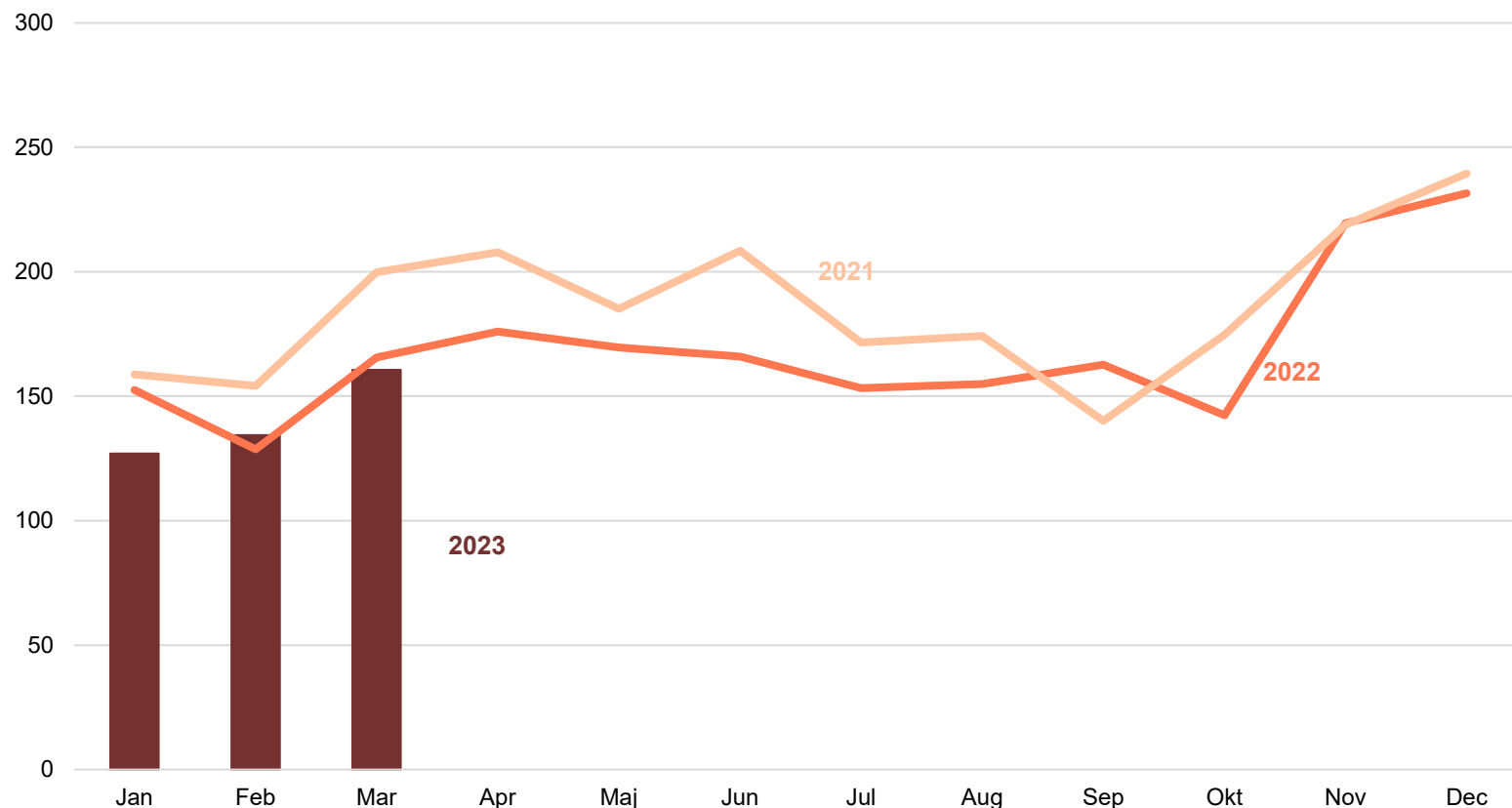
Omsättningen i e-handeln minskade med 3 procent i mars 2023 jämfört med mars 2022. Omsättningen är inte inflationsjusterad utan speglar en ännu större minskning uttryckt i volymförsäljning.

Jämfört med mars 2021 minskade omsättningen i e-handeln med 20 procent. Omsättningen matchar alltså nästan fjolårets i löpande priser men är långt lägre än de omsättningsnivåer som uppmättes under pandemin. Fortfarande kvarstår dock effekter av den konsumtionsflyttning mot näthandel som skedde i samband med pandemiutbrottet. Jämfört med mars 2020 är omsättningen 32 procent högre samma månad 2023.

Sammantaget backar omsättningen i e-handeln med 6 procent första kvartalet 2023.

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

Index Januari 2020 = 100.



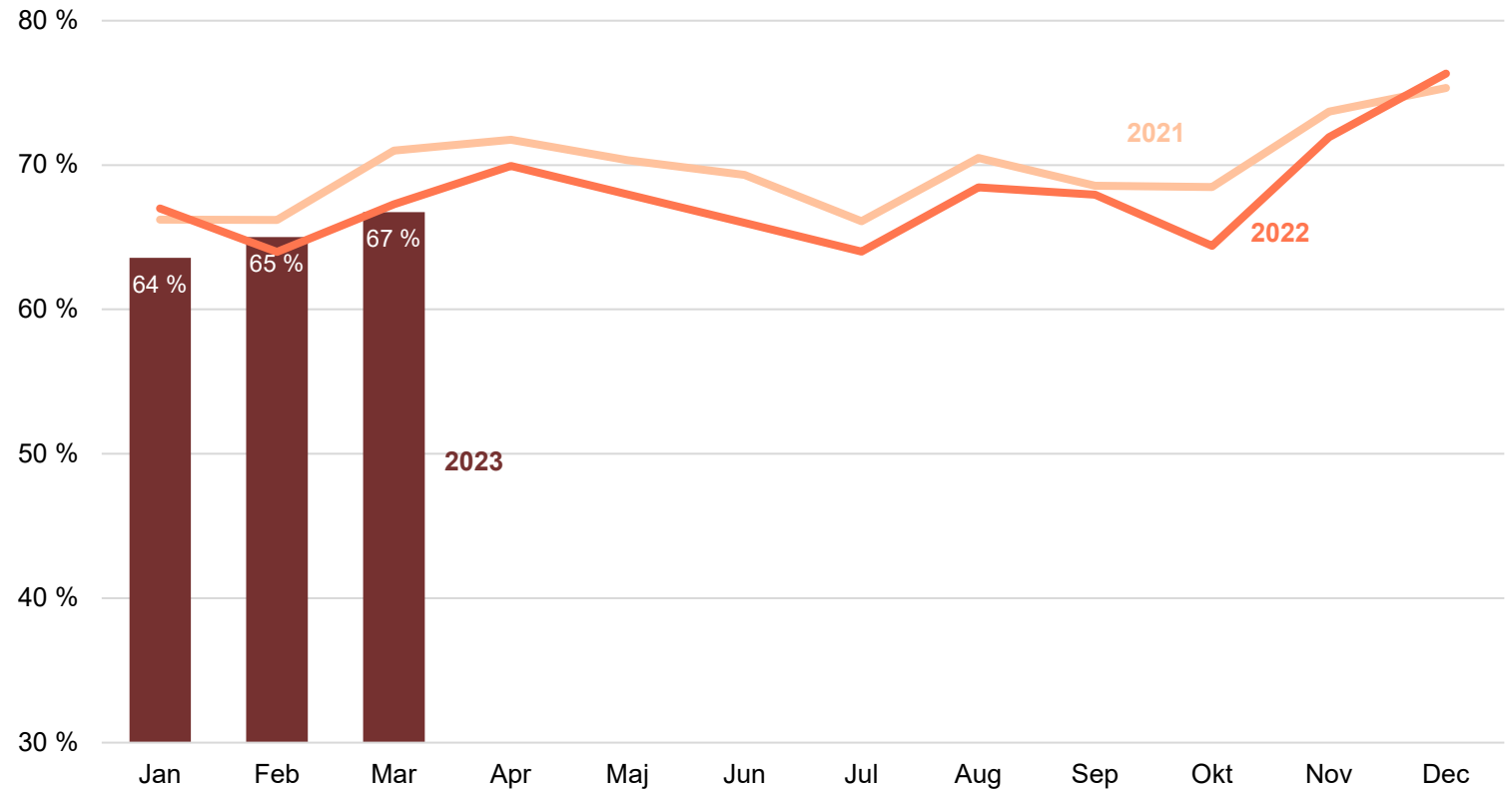
Andelen som e-handlade oförändrad mot 2022



67 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i mars 2023. Det är en lika stor andel som i mars förra året. Jämfört med förra månaden, som vanligen är en av årets svagaste månader i e-handeln, ökade andelen som e-handlade med 2 procentenheter.

Mönstret sett över en längre period är det samma som för omsättningsutvecklingen. Andelen som e-handlar är ungefär i nivå med 2022, lägre än 2021 men påtagligt högre än 2020 innan pandemiutbrottet. I mars 2020 e-handlade enbart 60 procent av konsumenterna. Stora delar av den beteendeförändring mot ökad näthandel som observerades bland konsumenterna under pandemin har därmed, även om nivåerna backat något jämfört med 2021, permanentats.

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



Det genomsnittliga köpbeloppet lägre än i mars 2022

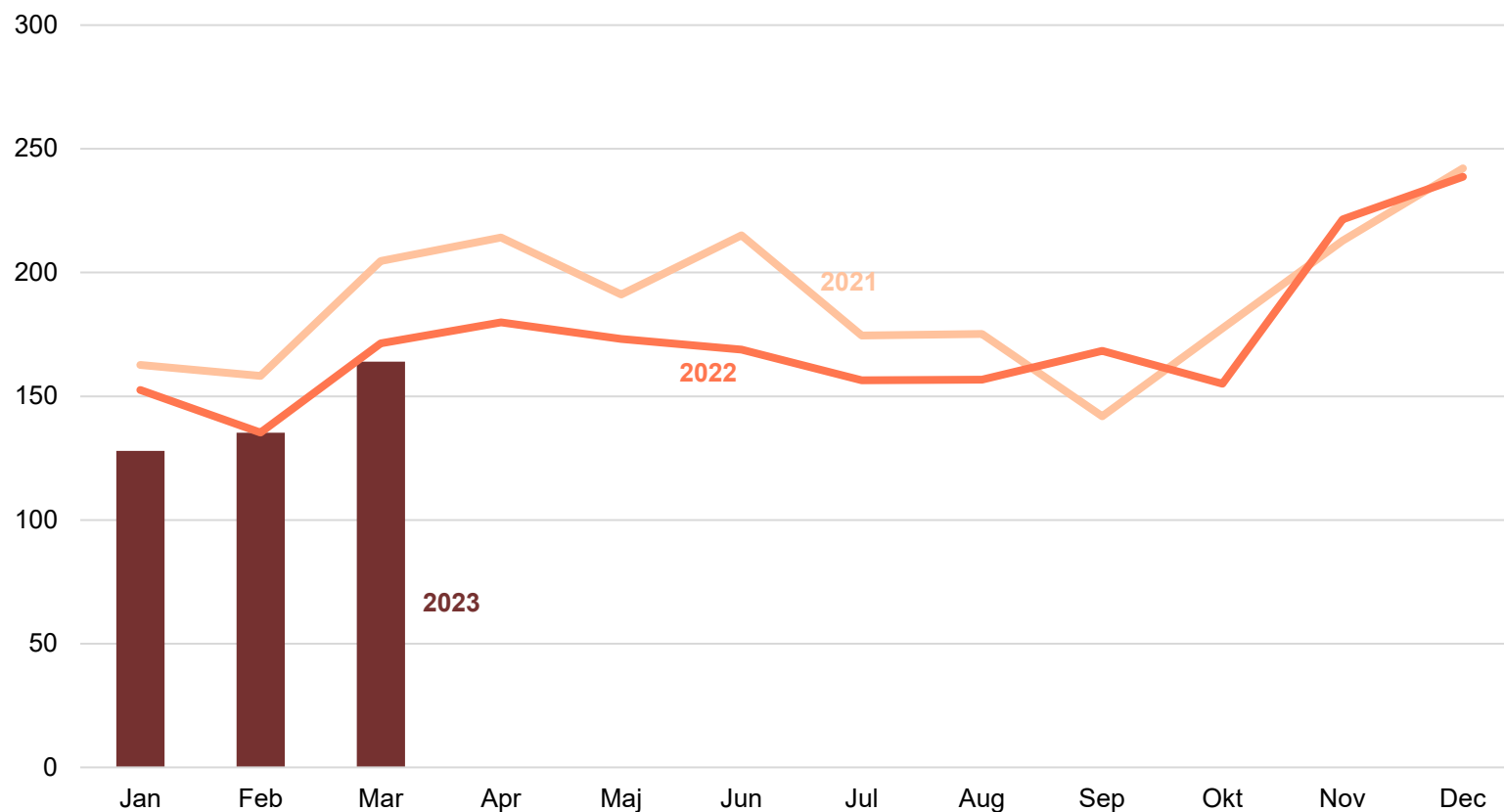


Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade med 4 procent jämfört med samma månad 2022 och med 20 procent jämfört med samma månad 2021. Omsättningsminskningen i e-handeln i mars förklaras därmed i huvudsak av ett lägre snittköpsbelopp snarare än att färre e-handlade.

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.



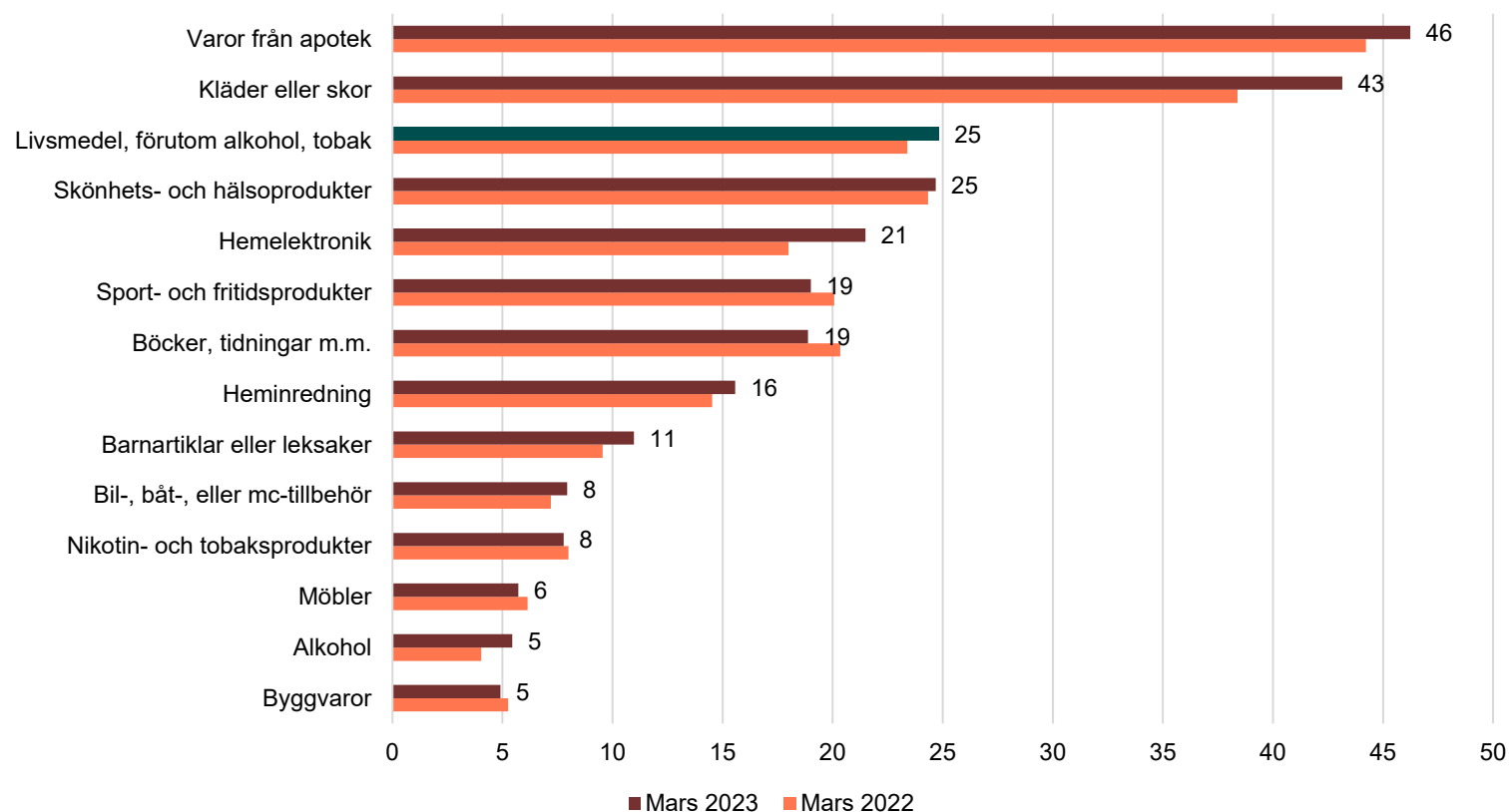
Fler handlade kläder och skor än förra året



Som tidigare konstaterats var andelen som e-handlade i mars i princip oförändrad jämfört med samma månad förra året. I vissa varukategorier uppmättes dock ökning. 43 procent av de som e-handlade handlade kläder och skor att jämföra med 38 procent förra året. Andelen som handlade hemelektronik ökade med 3 procentenheter, från 18 procent till 21 procent.

Vanligen är varor från apotek det som flest e-handlar och så var även fallet i mars då 46 procent av e-handelskonsumenterna handlade i varukategorin.

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



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

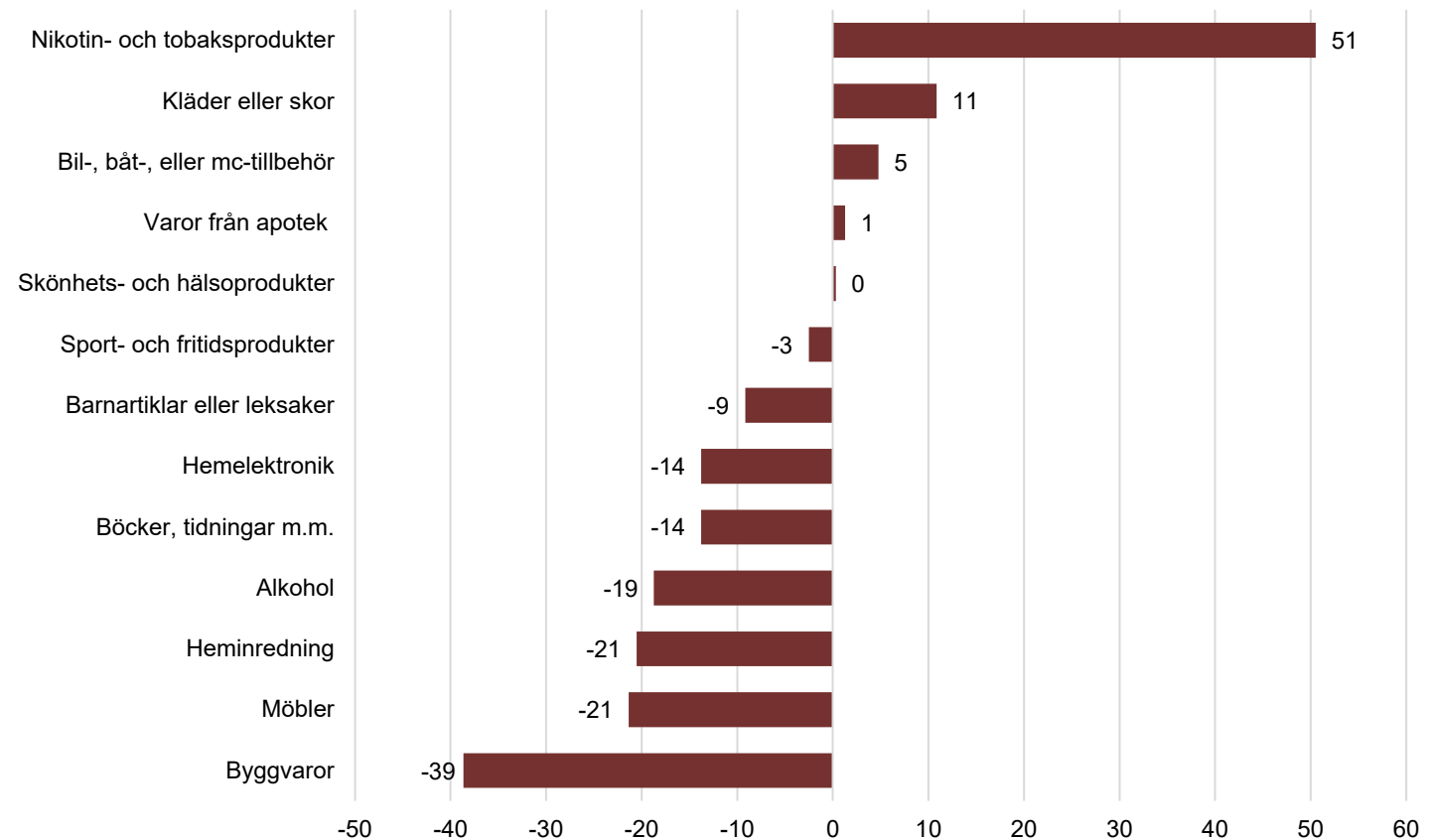
Kläder och skor gick mot trenden, nikotin och tobaksprodukter växte från låga nivåer



Akkumulerat under första kvartalet backade flertalet av de stora varukategorierna i e-handeln i omsättning. Kläder och skor var ett tydligt undantag och växte med 11 procent. Fler har, som tidigare konstaterats, handlat i kategorin jämfört med förra året. En förklaring är sannolikt utbredd kampanjförsäljning under inledningen av året. Det återstår att se om positiva tillväxttal framgent under året kan upprätthållas med tanke på de svåra förutsättningar som råder. Bland de större branscher som har det allra tuffast återfinns bygghandeln, minus 41 procent, och möbel- och heminredningshandeln, minus 21 procent.

Bland de mindre varukategorierna växte omsättningen i handeln med tobaks- och nikotinprodukter kraftigast, 51 procent sett till hela kvartalet.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel kvartal 1 2023 jämfört med kvartal 1 2022, procent



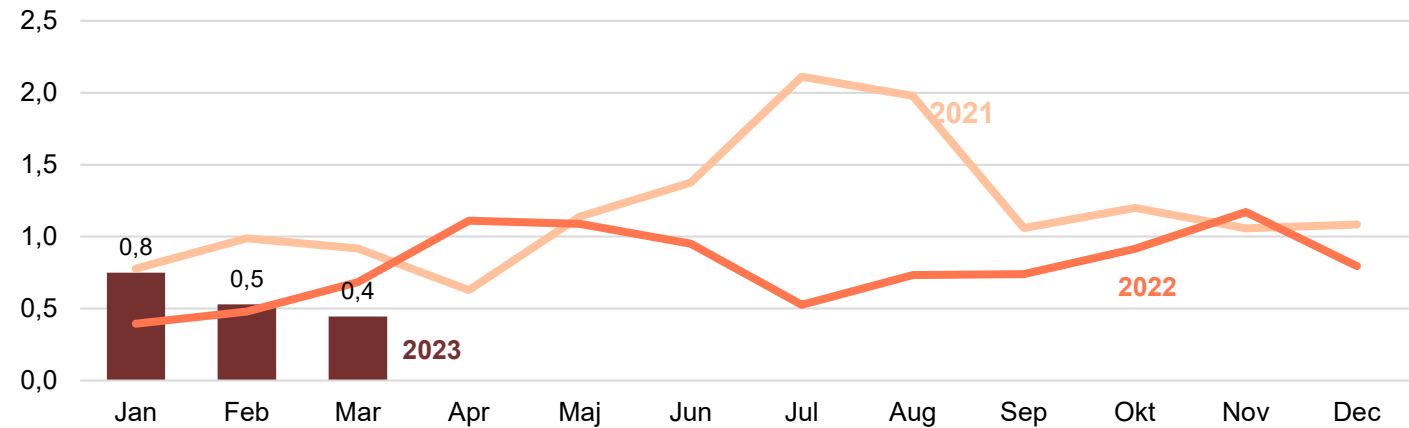
E-handeln från utlandet minskade



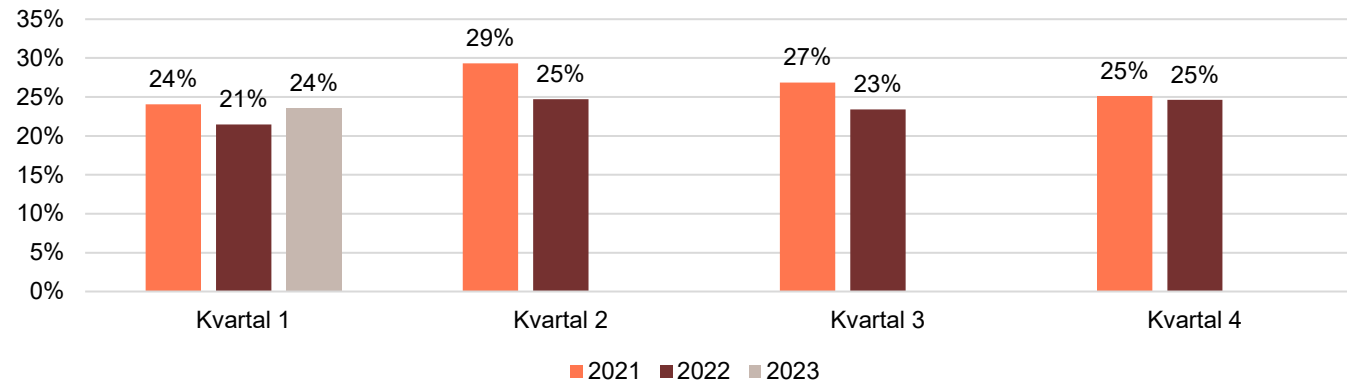
E-handeln från utlandet uppgick till cirka 450 miljoner kronor i mars vilket var en relativt kraftig minskning både jämfört med mars 2022 och i synnerhet med mars 2021. Det var även en minskning jämfört med tidigare månader under 2023.

Sett till hela första kvartalet var andelen som e-handlade dock högre första kvartalet 2023, 24 procent, än första kvartalet 2022, 21 procent.

Svenska konsumenters e-handel från utlandet, miljarder kronor



Andel e-handelskonsumenter som har e-handlat från utlandet per kvartal 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 säsongvariationer.

Avseende e-handeln i mars 2023 genomfördes 2073 intervjuer den 1-10 april vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 58 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**