

E-handelsindikatorn Augusti 2022



SH Svensk
Handel

”Kapitaltunga delbranscher bidrar till nedgången i genomsnittliga köpbelopp”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

Omsättning augusti 2022 jämfört med augusti 2021

-11%

E-handel i Sverige

-20%

E-handel i Sverige och från utlandet

Utveckling januari-augusti 2022 jämfört med samma period 2021

-13%

E-handel i Sverige

-16%

E-handel i Sverige och från utlandet

Mindre e-handel från utlandet, men fortsatt nedåt för den svenska e-handeln jämfört med 2021

Svensk Handels E-handelsindikator för augusti månad visar att e-handels omsättning minskade med 11 procent jämfört med samma månad föregående år. Det är i nivå med föregående månads utveckling. Från januari till och med augusti har omsättningen minskat med 13 procent mätt i svenska konsumenters e-handel från enbart svenska aktörer och med 16 procent när även e-handeln från utländska aktörer inkluderas.

- E-handeln från utlandet sticker ut med en mycket svag omsättning även i augusti. Under sommarmånaderna juni till augusti har omsättningen i e-handeln från utlandet varit 60 procent lägre än föregående år. Det har, allt annat lika, bidragit till att hålla uppe den inhemska konsumtionen bland annat inom den svenska e-handeln, säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel och fortsätter:
- Trots detta, och trots viss prisuppgång på många varor, så backade alltså omsättningen med 11 procent i augusti. Den snabbt försvagade köpkraften och hushållens oro för den egna ekonomin spelar alltså en stor roll.
- Andelen som e-handlade ökade med 4 procentenheter till 68 procent i augusti jämfört med juli. Jämfört med augusti 2021 är det dock en minskning från 70 procent. I likhet med tidigare under året drivs dock omsättningsminskningen i e-handeln i huvudsak av ett minskande genomsnittligt köpbelopp. Köpbeloppet minskade med 11 procent i augusti och har i genomsnitt minskat med 13 procent under perioden januari-augusti.
- En positiv aspekt för e-handeln, trots vikande omsättning, är att det fortfarande är en betydligt högre andel av befolkningen som e-handlar jämfört med före pandemin. Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument faller däremot när fler handlar i fysisk butik och samtidigt håller hårdare i plånboken. Men vi ser nu också en tydlig branscheffekt som drar ner de genomsnittliga köpbeloppen, när e-handlandet i kapitaltunga delbranscher som hemelektronik, möbler/heminredning och byggvaror minskar, avslutar Johan Davidson.

E-handelns omsättning i augusti 11 procent lägre än 2021

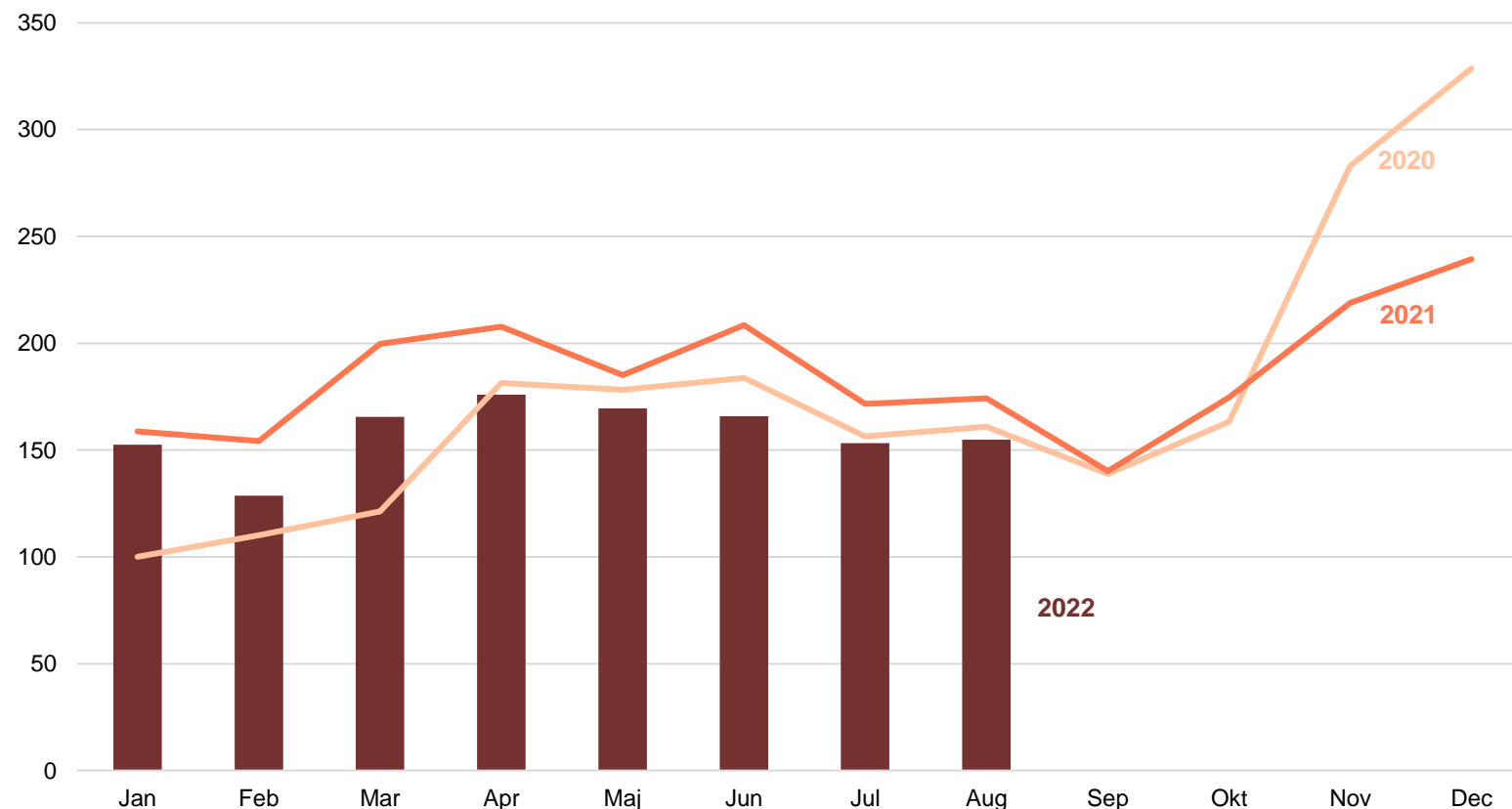


Omsättningen i e-handeln minskade med 11 procent i augusti jämfört med samma månad föregående år, vilket var samma negativa utvecklingstakt som i juli. Omsättningen är lägre än jämförelsemånaderna 2021 och 2020 för femte månaden i rad.

Även om omsättningen är lägre än 2020 och 2021 kvarstår dock en betydande del av den "pandemieeffekt" som lyfte e-handeln våren 2020. Omsättningsnivån i augusti 2022 är 55 procent högre än i januari 2020, och 28 procent högre än i mars 2020.

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

Index Januari 2020 = 100.



Andelen som e-handlade i augusti steg tydligt jämfört med juli, men var lägre än förra året

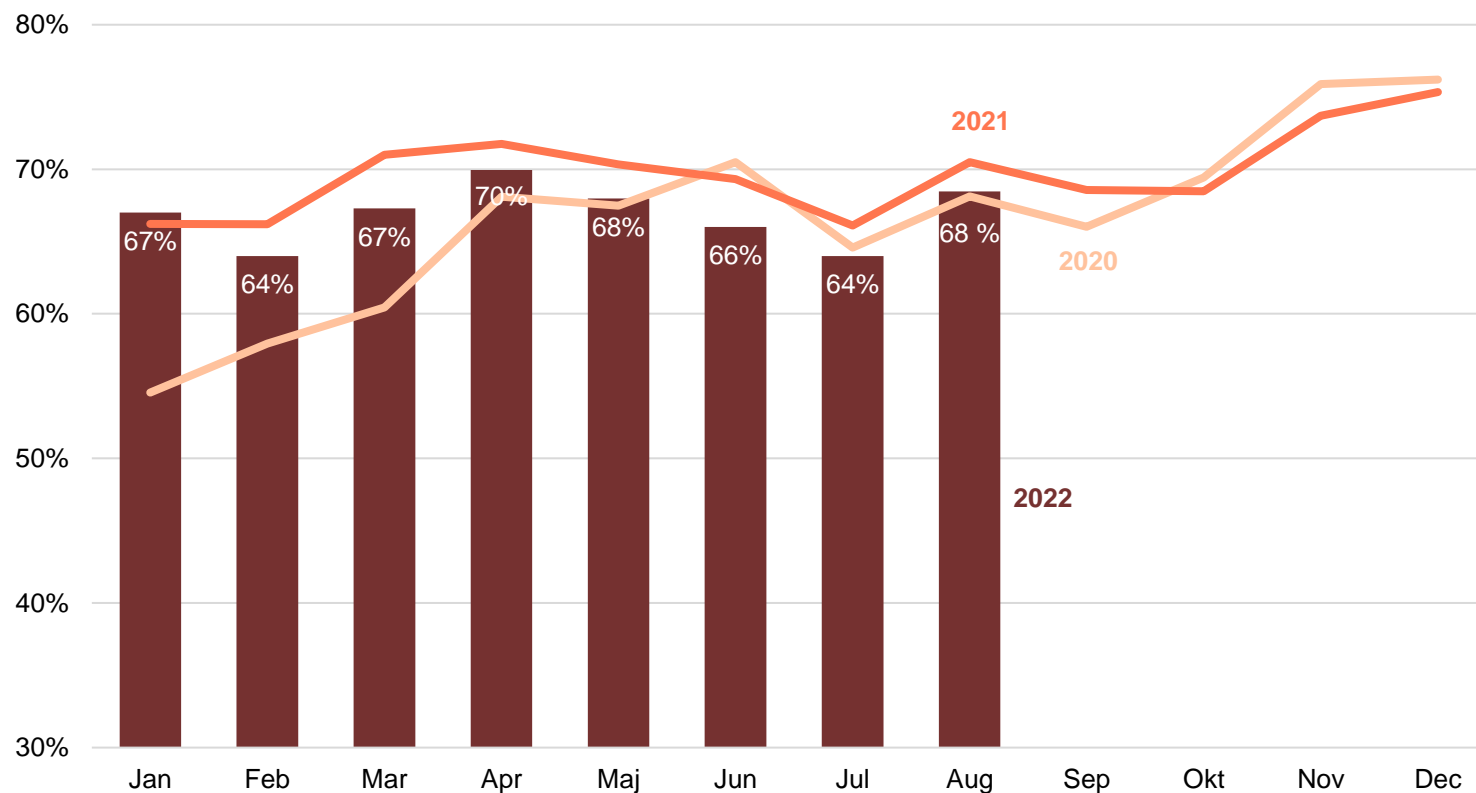


68 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i augusti 2022. Det är en minskning från 70 procent i augusti 2021 men i nivå med samma månad 2020, och en tydlig ökning jämfört med sommarmånaden juli i år.

Sedan februari i år har andelen e-handelskonsumenter konsekvent varit ett par procentenheter lägre än 2021. Under juni och juli var andelen även lägre än samma månader 2020.

Andelen e-handelskonsumenter är dock fortsatt högre än de nivåer som rådde före pandemin.

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



Genomsnittliga köpbelopp fortsätter utvecklas svagt jämfört med föregående år



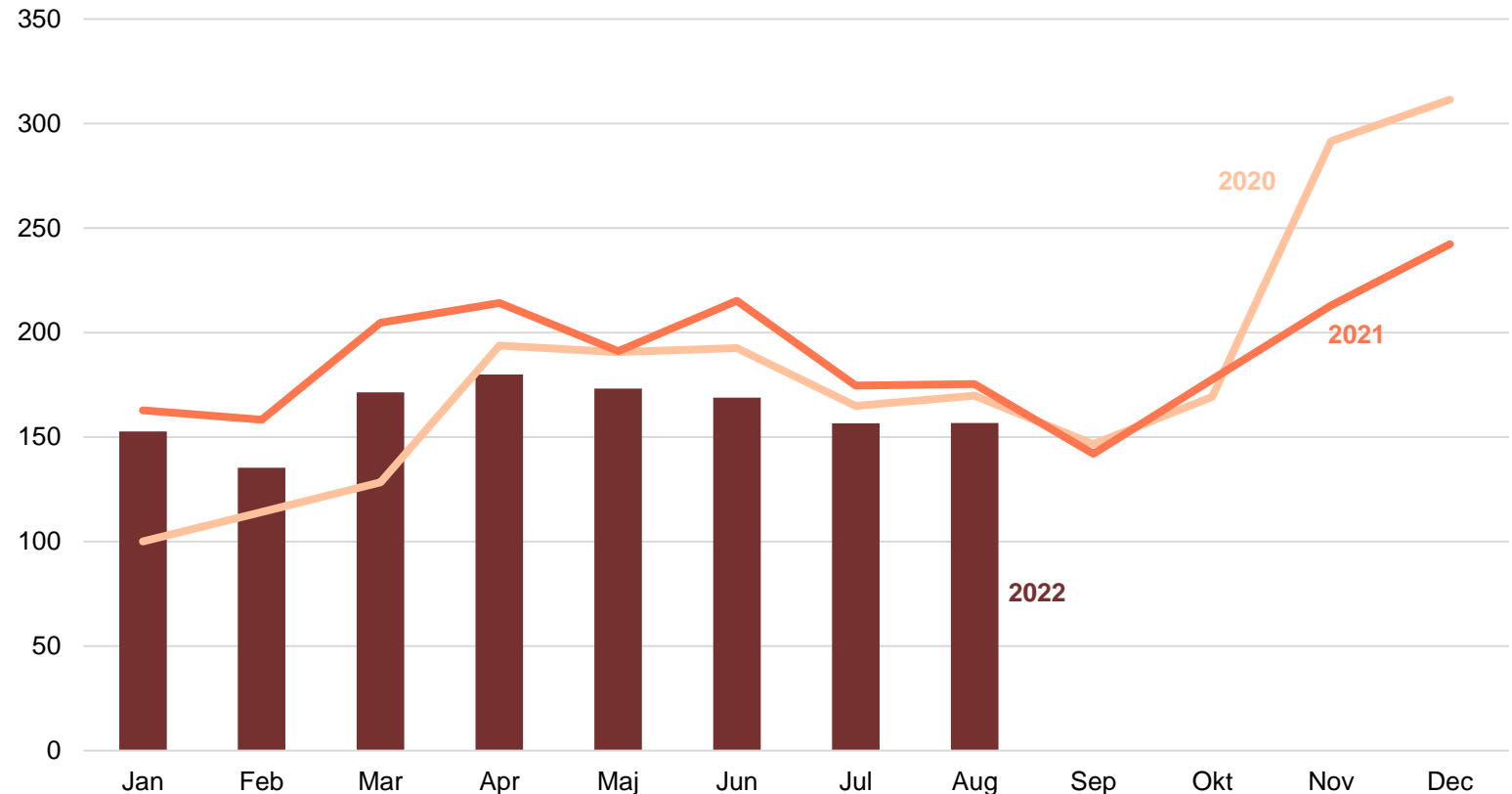
Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument minskade med 11 procent i augusti jämfört med samma månad 2021 och med 8 procent jämfört med samma månad för två år sedan. Det är i nuläget framförallt de lägre genomsnittliga köpbeloppen som driver den totala omsättningsminskningen i e-handeln.

Det genomsnittliga köpbeloppet är fortfarande påtagligt högre än i inledningen av 2020, innan pandemin. Köpbeloppet var 57 procent högre i augusti jämfört med januari 2020, och 22 procent högre jämfört med mars 2020.

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.



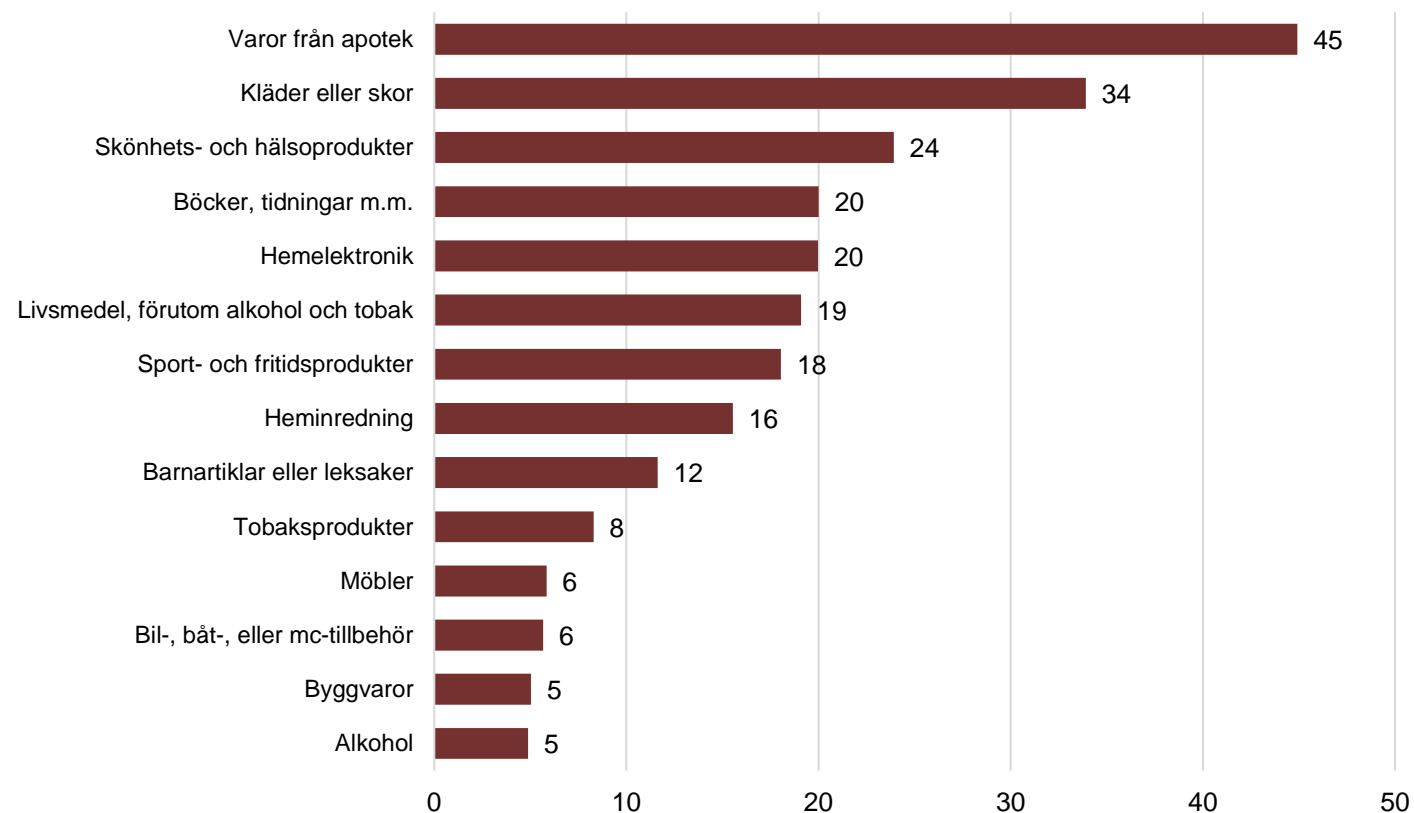
Varor från apotek ohotade som vanligaste e-handelskategorin



45 procent av e-handelskonsumenterna köpte varor från apotek från svensk hemsida i augusti. Varukategorin fick ett kraftigt lyft i inledningen av pandemin och är sedan dess generellt den vanligaste kategorin att e-handla inom. Den näst vanligaste e-handelskategorin i augusti var kläder och skor följt av skönhets- och hälsoprodukter – också det ett återkommande mönster.

Jämfört med augusti 2021 minskar andelen som e-handlat hemelektronik mest följt av andelen som handlar kläder eller skor, böcker och sportartiklar.

Andel e-handelskonsumenter som e-handlat från svensk hemsida per varukategori, augusti 2022, procent



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

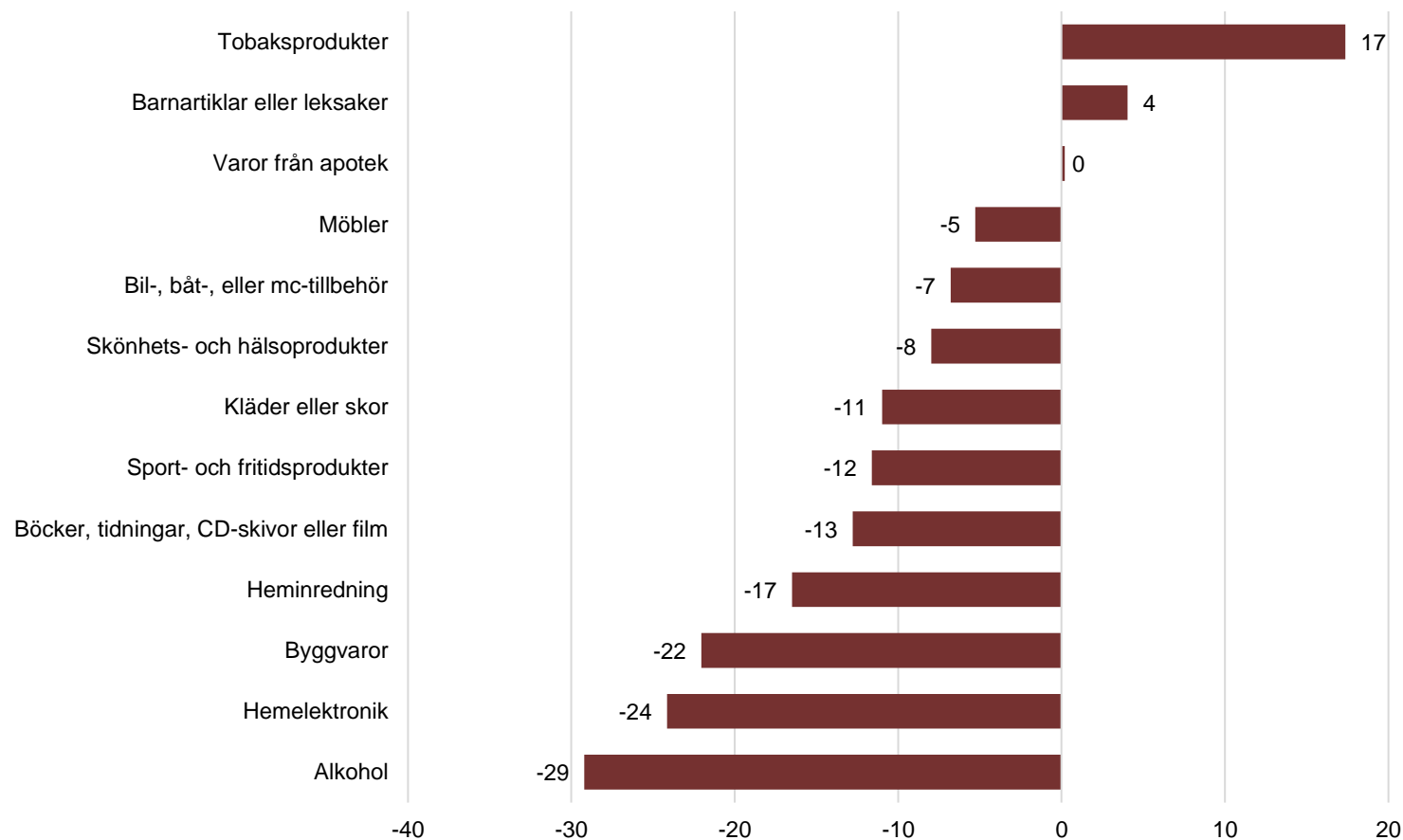
Omsättningen backar i nästan alla varukategorier



Trots det senaste halvårets ovanligt höga prisökningar på många varor minskar omsättningen i e-handeln i samtliga varukategorier, med undantag för barnartiklar och leksaker samt tobaksprodukter, jämfört med fjolåret och sett över hela perioden januari till och med augusti.

Hittills i år backar e-handeln av alkohol mest, följt av e-handeln av hemelektronik, byggvaror och heminredningsprodukter. Samtliga är kategorier som växte kraftigt under pandemin och nu har svårt att överträffa senaste års starka volymförsäljning i och med att ekonomiskt pressade hushåll ser över sina utgifter inför hösten och vintern.

Omsättningstillväxt i inhemsk e-handel januari-augusti 2022 jämfört med samma period 2021, procent



Kvinnor drog ned mest på e-handlandet, 50-64-åringar bidrog till att hålla uppe omsättningen i augusti

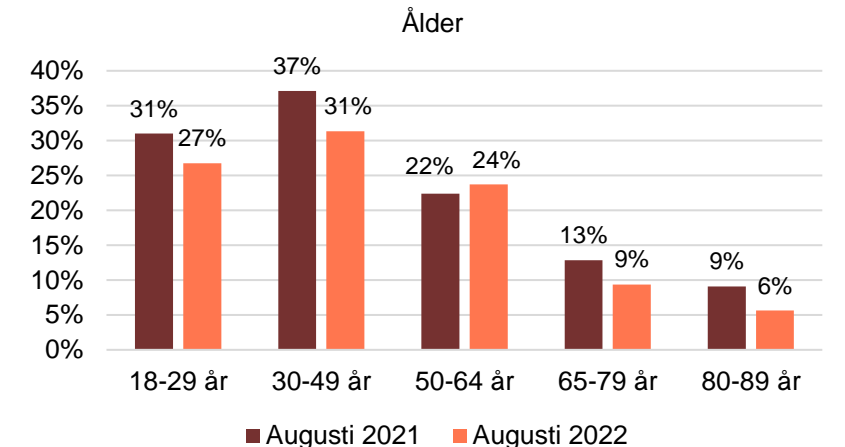
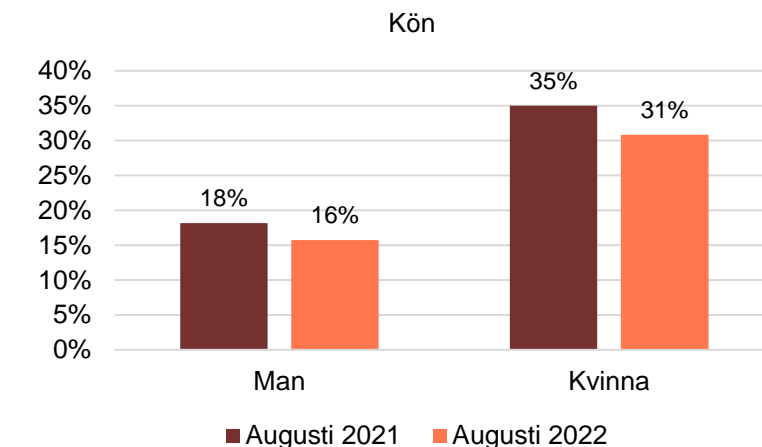
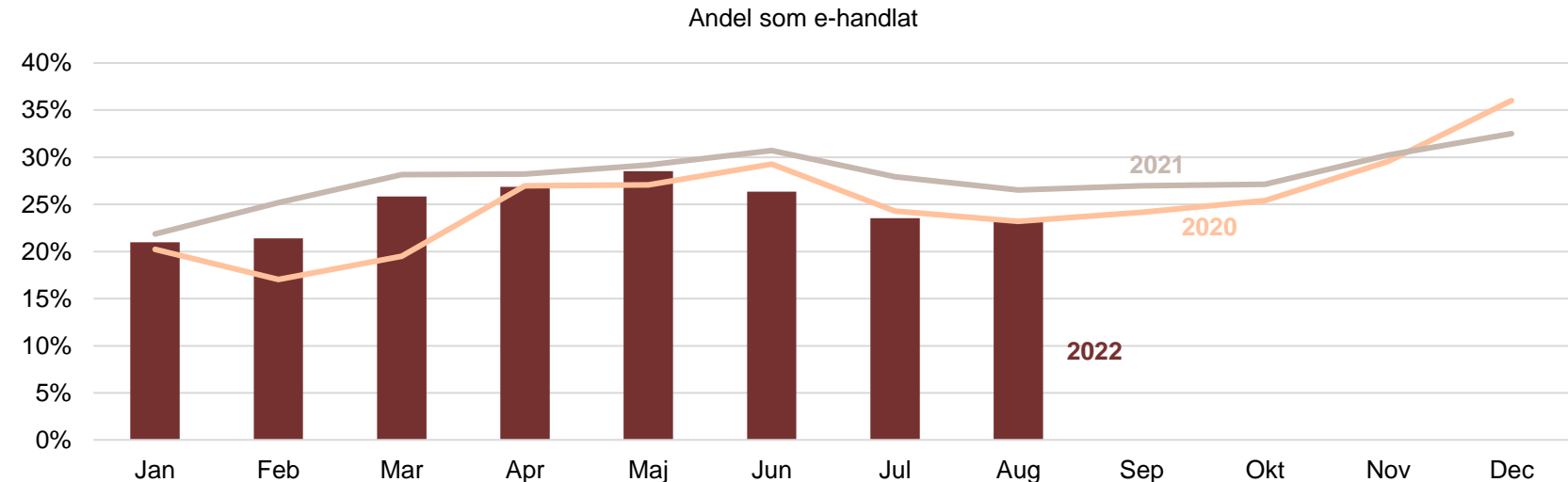


Andelen som e-handlar kläder eller skor (av samtliga konsumenter) har minskat under hela 2022 jämfört med 2021 och var under sommarmånaderna juni och juli även något lägre än under 2020. Den ökning av andelen e-handelskonsumenter som skedde till följd av pandemin består dock i viss utsträckning.

I augusti 2022 var andelen som e-handlade kläder eller skor fyra procentenheter lägre än förra året. Minskningen syns både bland män och kvinnor men är kraftigare bland kvinnor, som också e-handlar i kategorin i dubbelt så hög utsträckning som män.

Fördelat på åldersgrupper minskar e-handelskonsumtionen av kläder eller skor i augusti för alla åldersgrupper utom 50-64-åringar. Mest, 6 procentenheter, faller konsumtionen bland 30-49 åringar.

Andel e-handelskonsumenter per månad av kläder eller skor, fördelat på kön och ålder.



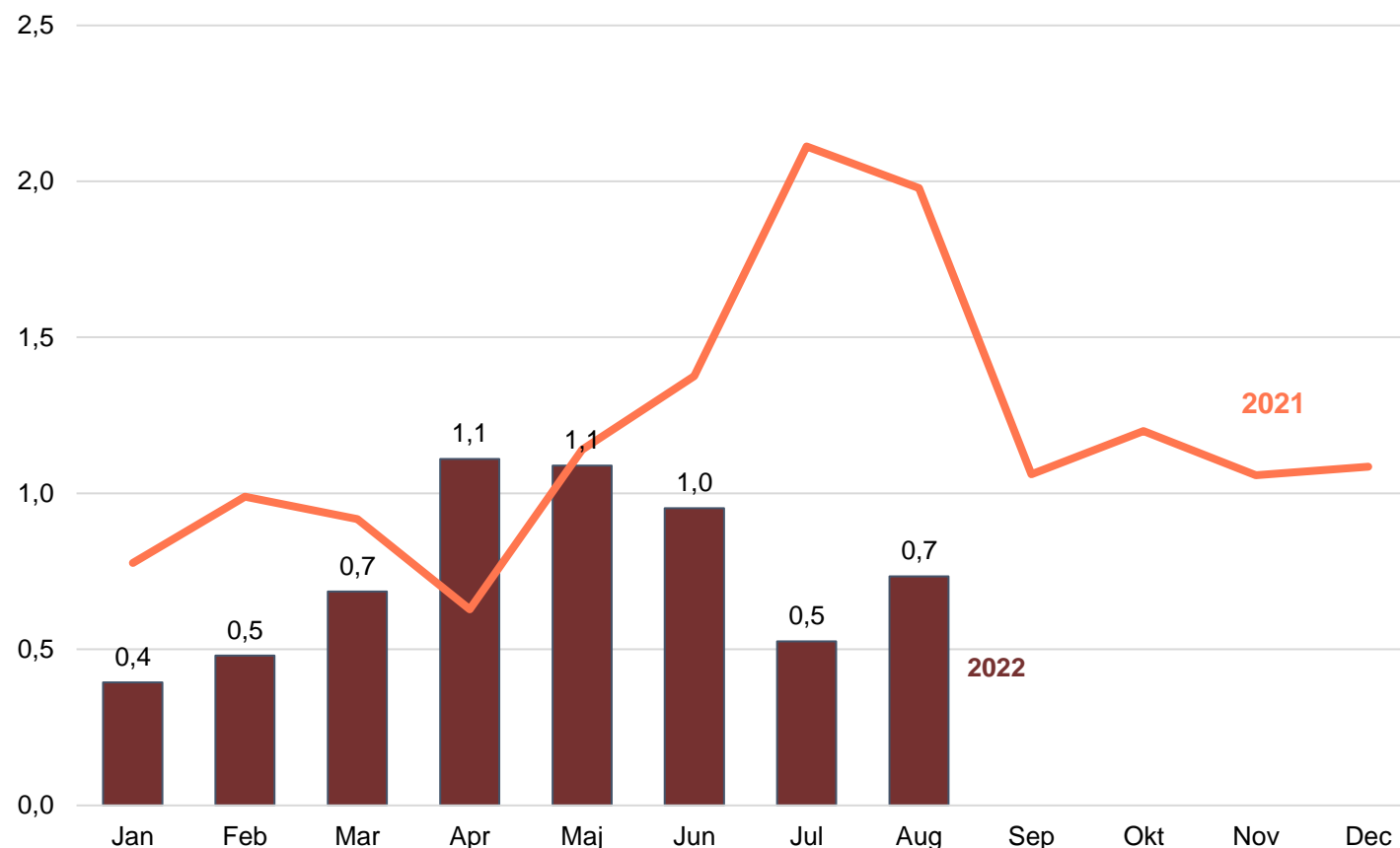
Fortsatt ras i e-handeln från utlandet i augusti



Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utländska hemsidor. Utvecklingen hittills i år är betydligt svagare än under 2021. Med undantag för april har e-handeln från utländska sidor underträffat fjolårets nivåer samtliga månader. Under sommaren har e-handeln från utlandet utvecklats mycket svagt jämfört med samma period under fjolåret.

E-handeln från utlandet uppgick till 700 miljoner kronor i augusti vilket är markant lägre än fjolårets 2 miljarder samma månad. Den sammanlagda omsättningen av e-handeln från utlandet de åtta första månaderna 2022 uppgick till 6 miljarder kronor, en minskning med nästan 4 miljarder kronor jämfört med de 9,9 miljarder kronor som uppmättes under samma period 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.

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 augusti 2022 genomfördes 2173 intervjuer den 1-7 september 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**