



# E-handelsindikatorn Februari 2022

**SH** Svensk  
Handel

### ”Högtrycket inom e-handeln mattas av”

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel

#### Omsättning februari 2022 jämfört med februari 2021

**-17%**

E-handel i Sverige

**-20%**

E-handel i Sverige och från utlandet

#### Utveckling januari-februari 2022 jämfört med samma period 2021

**-10%**

E-handel i Sverige

**-14%**

E-handel i Sverige och från utlandet

### Färre som e-handlade, och för mindre pengar i genomsnitt

Svensk Handels E-handelsindikator för februari månad visar att e-handels omsättning minskar kraftigt, minus 17 procent jämfört med samma månad föregående år. Inkluderar man även svenska konsumenters köp från utländska e-handelsaktörer sjönk omsättningen med 20 procent. E-handeln från utlandet är, i likhet med i januari, fortsatt halverad jämfört med förra året.

Andelen av konsumenterna som e-handlat minskade till 64 procent från förra månadens 67 procent. Det är även lägre än förra årets 66 procent i februari månad, men fortsatt betydligt högre än andelen som e-handlade i februari 2020, precis innan pandemins utbrott. Varor från apotek var i likhet med i januari den populäraste kategorin att e-handla.

- Avvecklingen av pandemirestriktionerna i februari är sannolikt den främsta orsaken till minskningen i andelen e-handelskonsumenter. Det var väntat att fler än på länge skulle handla i fysiska butiker. Det säger Johan Davidson, chefsekonom på Svensk Handel.

Även om andelen e-handelskonsumenter minskade i februari är det primärt ett lägre genomsnittligt köpbelopp bland de som e-handlar som förklarar den minskande omsättningen inom e-handeln. Det genomsnittliga köpbeloppet var hela 15 procent lägre i februari 2022 jämfört med samma månad förra året.

- Det genomsnittliga köpbeloppet i februari 2022 var dessutom det lägsta som uppmätts i e-handelsindikatorn sedan mars 2020. Omsättningen inom e-handeln ligger fortsatt på klart högre nivåer än före pandemin tack vare fler som handlar, men man kan konstatera att högtrycket inom e-handeln för närvarande mattas av, säger Johan Davidson.

# E-handelskonsumtionen minskar i flera stora varukategorier



*Höga jämförelsetal från förra året innebär att många branscher har svårt att överträffa de e-handelnivåer som förelåg under pandemin. Den ackumulerade tillväxttakten för januari och februari är negativ i fler av de vanligaste e-handelsbranscherna. Undantagen är böcker och varor från apotek som uppvisar positiv tillväxt, i huvudsak till följd av starka januarisiffror.*

**Omsättningstillväxt januari-februari 2022 jämfört med samma period 2021, procent**

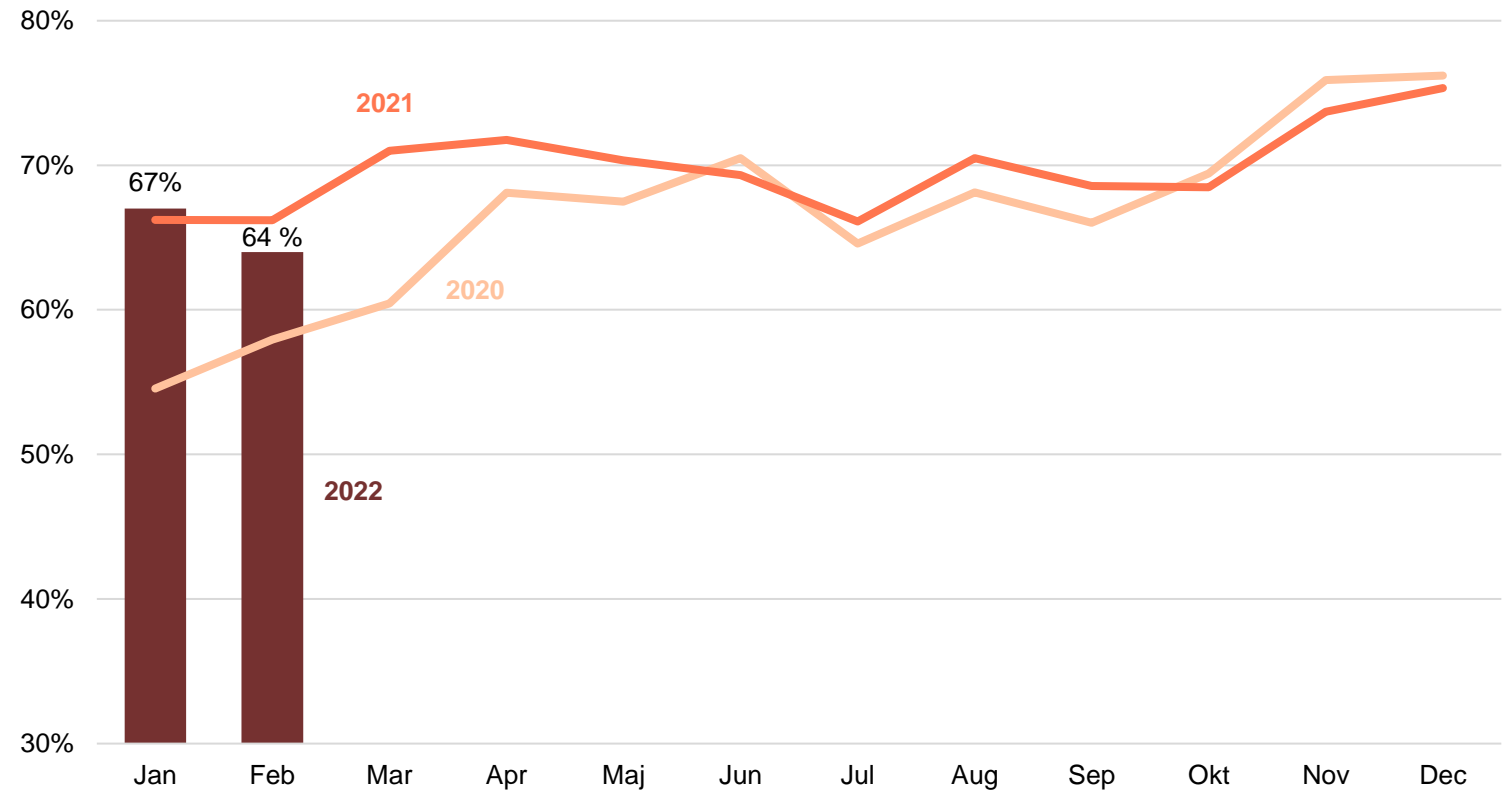


# Andelen som e-handlar minskade



64 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i februari 2022. Det är lägre än i januari och även lägre än i februari förra året. Andelen e-handelskonsumenter är trots minskningen fortsatt betydligt högre än nivån på 58 procent under februari 2020 då pandemin ännu inte brutit ut.

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





# Nästan varannan e-handelskonsument handlade varor från apotek i februari

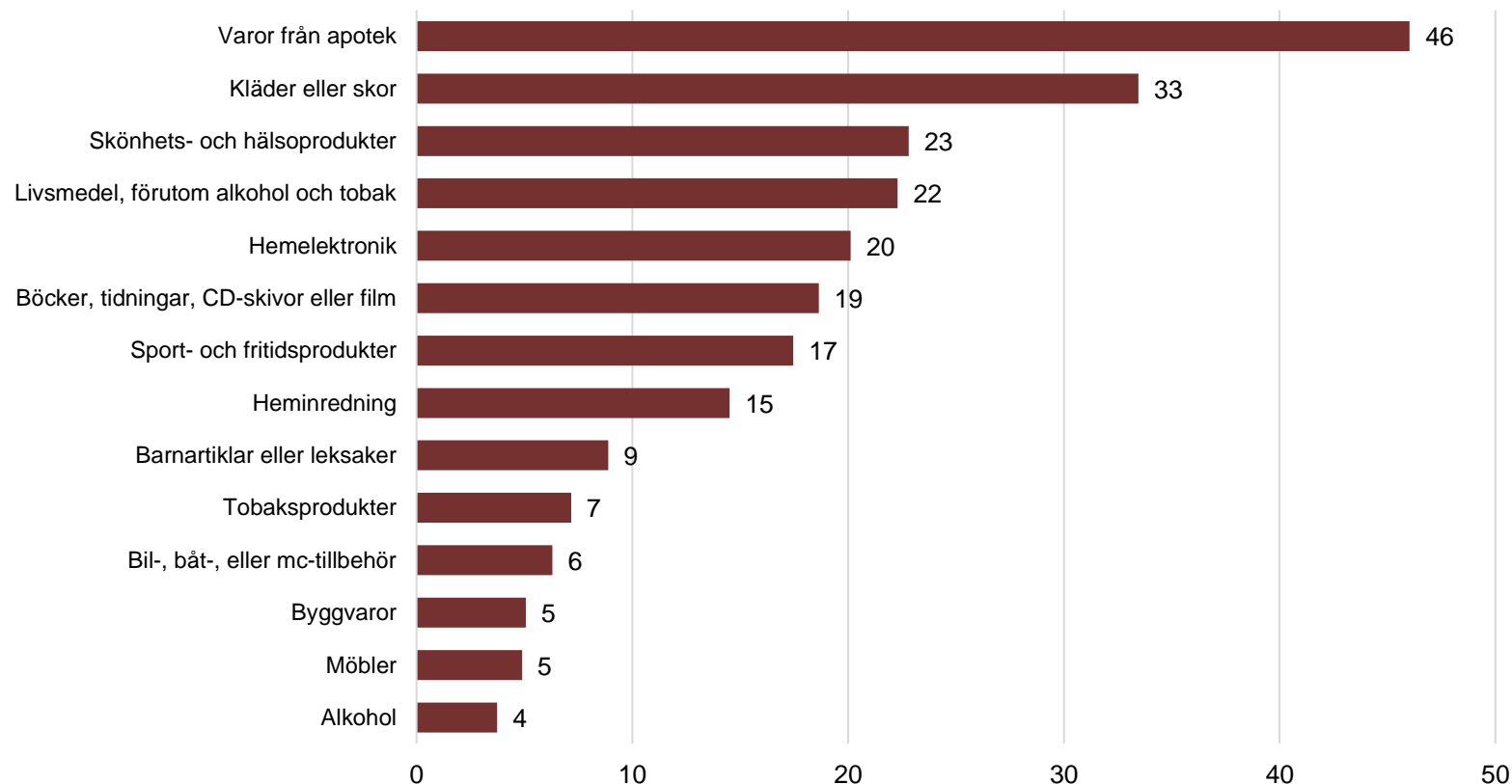


Varor från apotek handlades, i likhet med i januari, av flest e-handelskonsumenter även i februari. Det höga antalet covidsmittade under början av året har av allt att döma fortsatt att påverka e-handeln i varugruppen. Kläder och/eller skor handlades av var tredje e-handelskonsument. Nära var fjärde konsument handlade skönhets- och hälsoprodukter.

64 %

har e-handlat i februari 2022

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



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

# Genomsnittliga köpbeloppet på nätet det lägsta sedan pandemiutbrottet

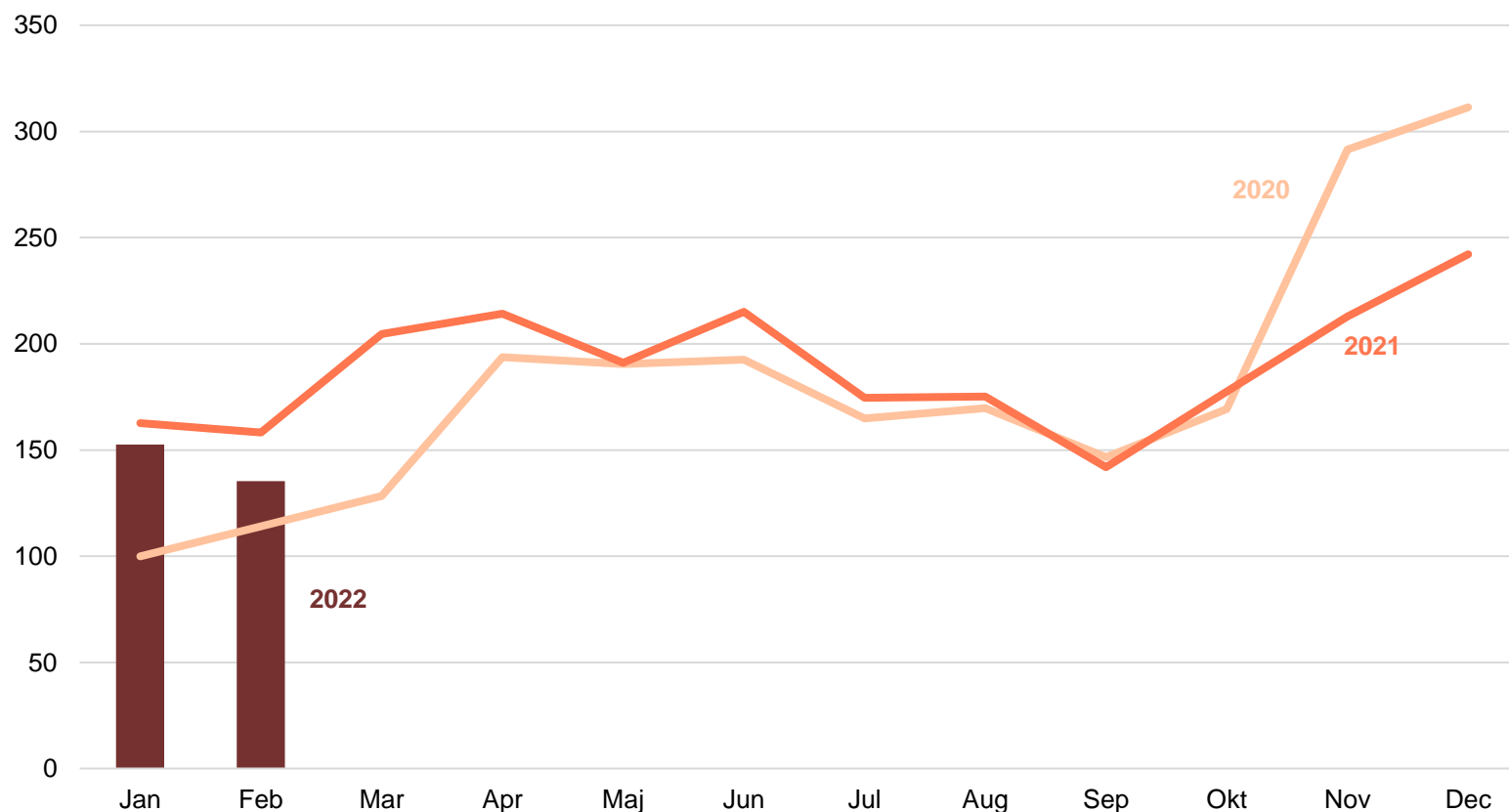


Det genomsnittliga köpbeloppet per konsument var 15 procent lägre i februari 2022 än samma månad 2021. Minskningen i genomsnittligt köpbelopp förklarar därmed merparten av den totala minskningen av e-handeln i februari även om andelen som e-handlar också minskade. Genomsnittliga köpbeloppet per konsument är också det lägsta sedan pandemin bröt ut i 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.*



# Omsättningen för e-handel från utlandet har inlett året på lägre nivåer

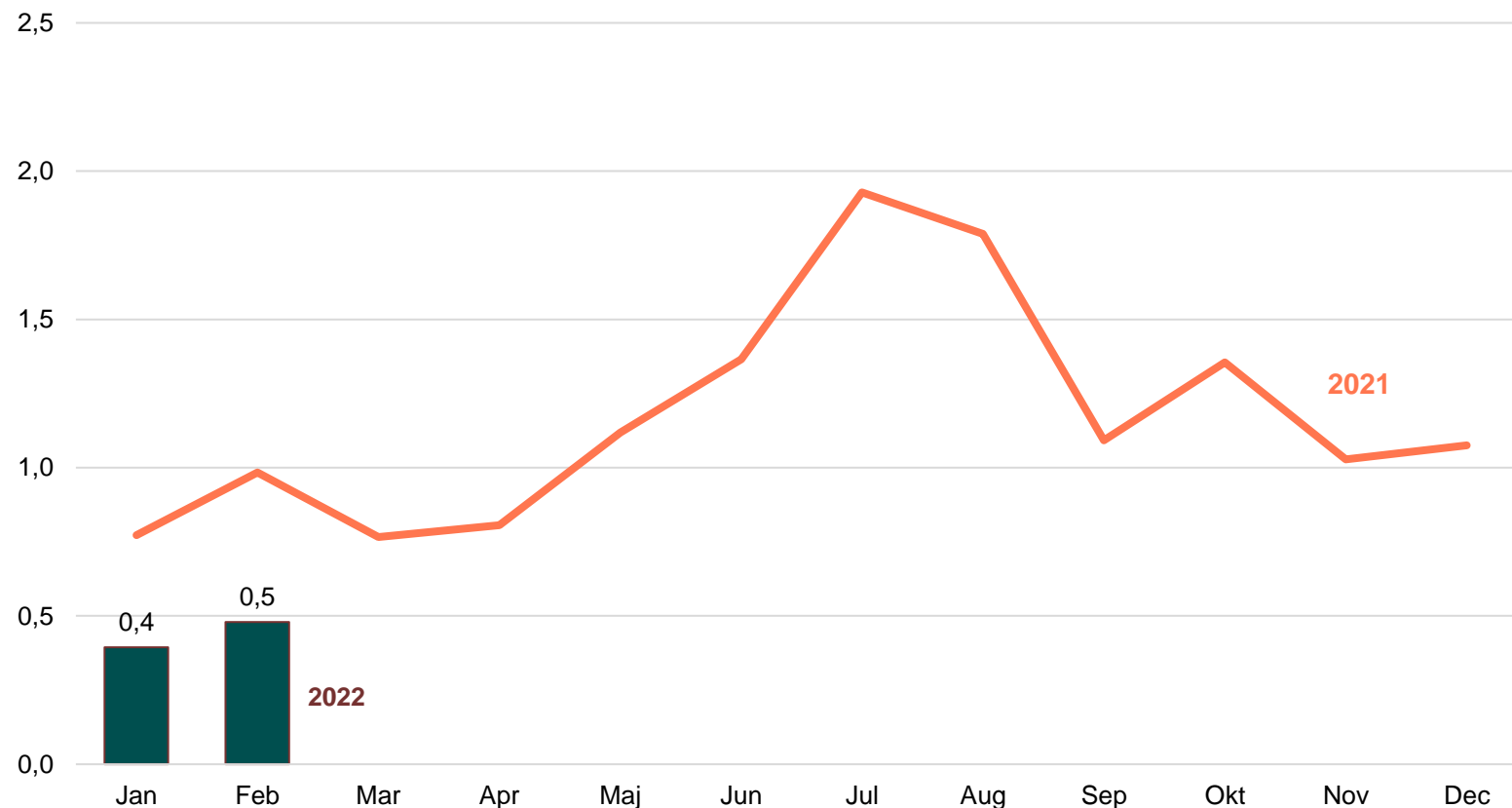


Under 2021 handlade svenska konsumenter för 14 miljarder kronor från utlandet. Utvecklingen 2022 är så här långt svag jämfört med förra året. Konsumtionen är ungefär halverad jämfört med fjolåret i både januari och februari.

**500 mkr**

E-handel från utlandet  
i februari 2022

*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.

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 korregerar 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 februari 2022 genomfördes undersökningen den 1-8 mars 2022. Totalt genomfördes 2 092 intervjuer, vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 61 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](http://svenskhandel.se)**

**SH Svensk  
Handel**