

A woman with long dark hair, wearing a dark blue knit beanie, a white winter jacket with a brown fur-lined hood, and purple and white patterned gloves, is looking at her smartphone. She is standing in a snowy forest with blurred trees in the background.

Rekordårets rekordmånad

- 50 procent mer e-handelsköp i december jämfört med 2019.
- Andelen som e-handlat var 85 procent.
- Dubbelt så många handlade mat på nätet.
- Många har börjat köpa fler typer av produkter på nätet.
- December blev årets mest intensiva e-handelsmånad.

e-barometern

PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

DECEMBER

2020

» Om rapporten

PostNord följer i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research den svenska detaljhandels utveckling inom e-handeln. Under coronakrisen släpps E-barometern en gång i månad, utöver de vanliga kvartalsrapporterna. Den här månadsrapporten bygger på två konsumentundersökningar som genomförts av Kantar Sifo på uppdrag av PostNord; dels den ordinarie månadsundersökningen för E-barometern, samt dels en löpande undersökning som PostNord initierat med anledning av den rådande coronasituationen. Den ordinarie undersökningen genomfördes i början av januari, med 1 208 svar från personer som e-handlat under de senaste 30 dagarna. Den andra undersökningen genomfördes under december, med svar från totalt 1 209 personer.

E-handeln definieras i E-barometern som internetförsäljning av varor som levereras hem,

till ett utlämningsställe eller hämtas i butik, lager eller utlämningslokal av konsument.

Därmed definieras följande inte som e-handel i E-barometern:

- » Köp i butik som först har bokats via internet
- » Försäljning av tjänster (exempelvis resor, hotellvistelser och konsertbiljetter) som sker via internet
- » Nedladdningar av exempelvis musikfiler, filmer och applikationer
- » Internetförsäljning mellan företag
- » Internetförsäljning mellan privatpersoner

Undersökningarna är gjorda med ett riksrepresentativt urval av Sveriges befolkning i åldrarna 18 till 79 år. Webbundersökningarna är representativa för de 98 procent av Sveriges befolkning som har tillgång till internet.

Kontakta PostNord för detaljerad information.

Rekordårets rekordmånad

Konsumenternas egna uppskattningar pekar på att e-handelsköpen ökade med 50 procent i december jämfört med samman månad förra året. Det är den högsta tillväxten under hela pandemiåret, högre än i juli med sina 45 procent. I juli förklarades den extra höga tillväxten av att många svenskar normalt sett reser utomlands och spenderar pengar, medan de i år tvingades stanna i Sverige. Samma antagande kan göras om december; det är en månad då många normalt sett åker till såväl värmen som till alperna. I år var det myndigheternas tydliga uppmaning att inte göra det. I kombination med att vi ombads att undvika de fysiska butikerna så skapades en väldig tillströmning till e-handeln. När det kom till julklappshandeln så bestämde sig många för att helt enkelt köpa alla klappar på nätet - totalt sett mer än häften av alla julklappar. Nästa år får vi se om det blivit det nya normala, det är inte otänkbart.

Köpen av dagligvaror på nätet växte med otroliga 275 procent. Det beror på att 1) fler handlade på nätet överhuvudtaget, 2) dubbelt så många av de som handlade på nätet handlade dagligvaror och 3) de handlade för nästan dubbelt så mycket per person.

Vi skruvade upp prognosen för 2020 års e-handelstillväxt, i samband med Retail Day i september, till 33 procent. Ännu har vi inte svaret, men indikationerna från konsumentundersökningarna pekar mot en väsentligt högre helårssiffra. Vi summerar pandemiåret 2020 i årsrapporten av E-barometern som kommer ut den 23 februari. Det här är den sista månadsrapporten vi ger ut. Vi återgår nu till kvartalsvisa rapporter.

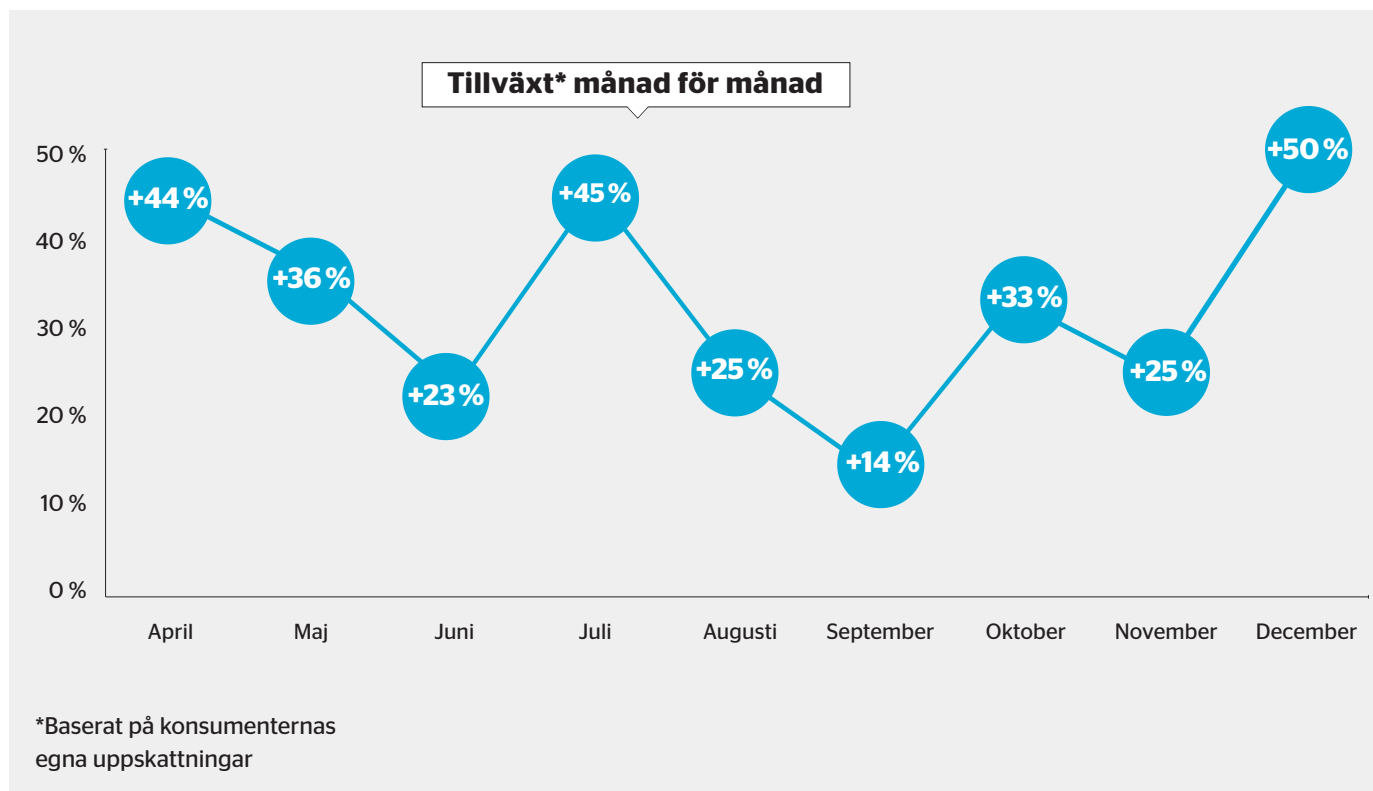
Arne Andersson
E-handelsrådgivare
på PostNord

Carl-Fredrik Teder
Detaljhandelsanalytiker
på PostNord











50 procent mer e-handelsköp i december jämfört med 2019

Sett till svenskarnas självuppskattade konsumtion så ökade e-handeln med 50 % under december 2020, jämfört med samma månad 2019. Genomsnittsbeloppet per e-handlande konsument uppgick till 4 024 kronor, jämfört med 2 971 under december ifjol.



Tillväxt per produktkategori (dec)

 Dagligvaror	+275 %
 Barnprodukter och leksaker	+86 %
 Hemelektronik	+55 %
 Skönhet och hälsa	+54 %
 Möbler och heminredning	+50 %
 Sport och fritid	+35 %
 Kläder och skor	+28 %
 Böcker och media	-6 %

Andelen som e-handlat låg kvar på 85 procent

I november rapporterade vi att fler hade e-handlat än någonsin tidigare i Sverige. Det visade sig att den höga andelen skulle ligga kvar under december, vilket givetvis bidrog till den rekordhögga e-handelstillväxten på 50 procent. Det är fortsatt så att fler kvinnor än män handlar på nätet, varenda månad, men under december 2020 var skillnaden ovanligt liten (bara 6 procentenheter).

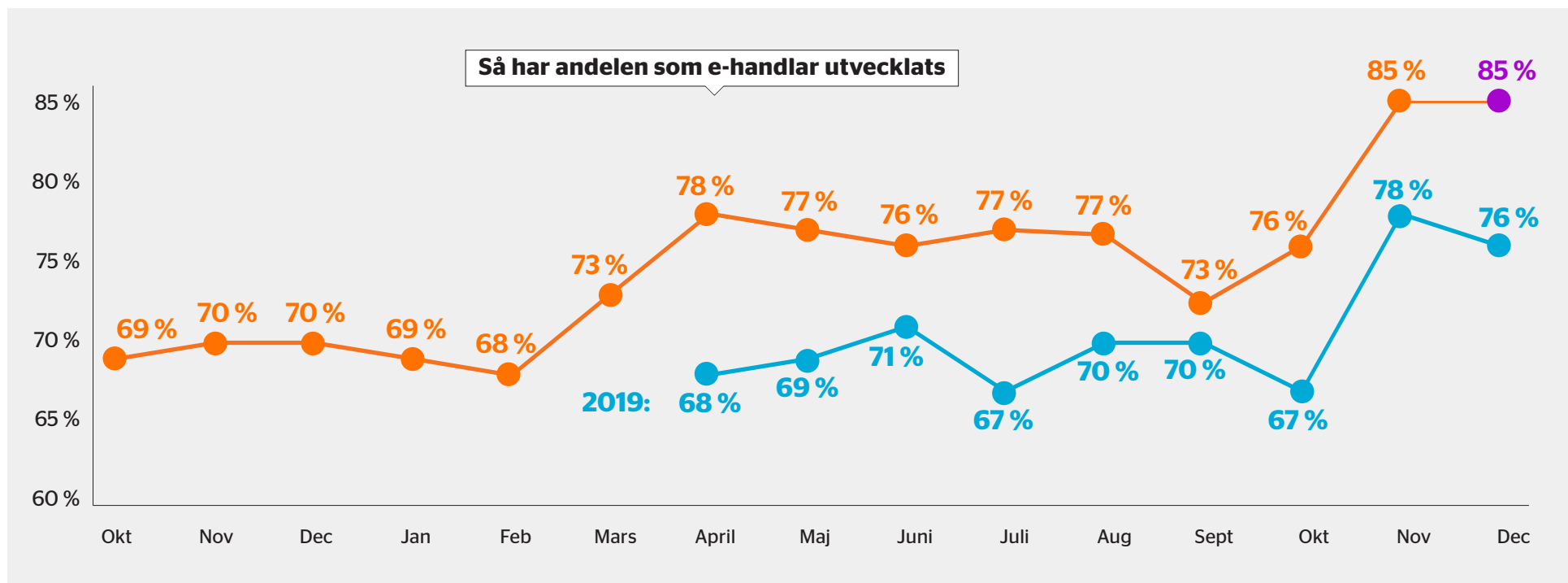
Fler kvinnor än män e-handlade under december



82 %

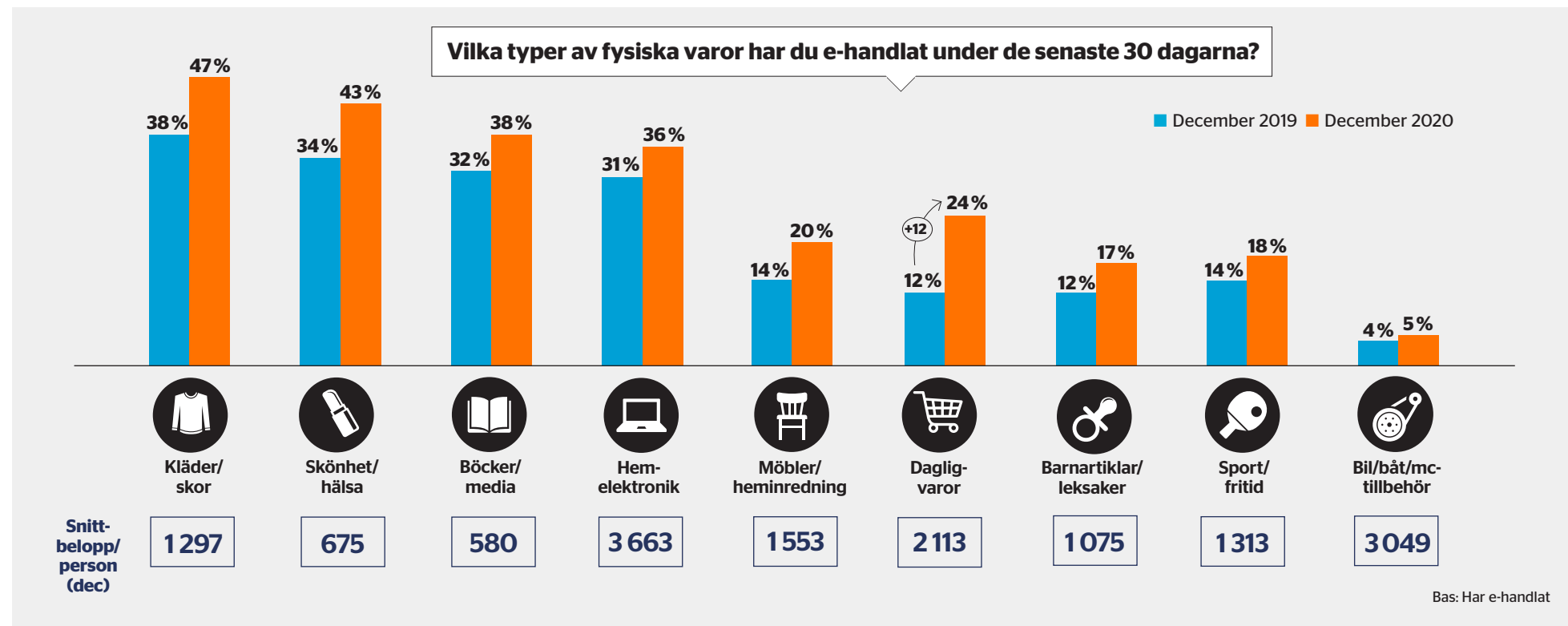


88 %



Dubbelt så många handlade mat på nätet

I december var det kläder och skor som var den mest populära e-handelskategorin, med 47 procent av konsumenterna. Skönhet och hälsa kom inte långt efter, med 43 procent. Största ökningen jämfört med samma månad ifjol stod dagligvarorna för. Det var 24 procent som handlade dagligvaror på nätet under december, dubbelt så många som förra året.















Många har börjat köpa fler typer av produkter på nätet

Många svenskar har börjat handla nya typer av produkter på nätet sedan pandemin bröt ut. Det som flest börjat handla på nätet, på grund av pandemin, är hälso- och apoteksartiklar - hela 19 procent av befolkningen. I den äldsta ålderskategorin är det så många som 31 procent av konsumenterna som hittat till nätapoteken.

På andra plats kommer dagligvaror, som 16 procent av svenskarna börjat handla online; 23 procent i den äldsta gruppen.

Har coronapandemin lett till att du köpt nya typer av produkter på internet?*

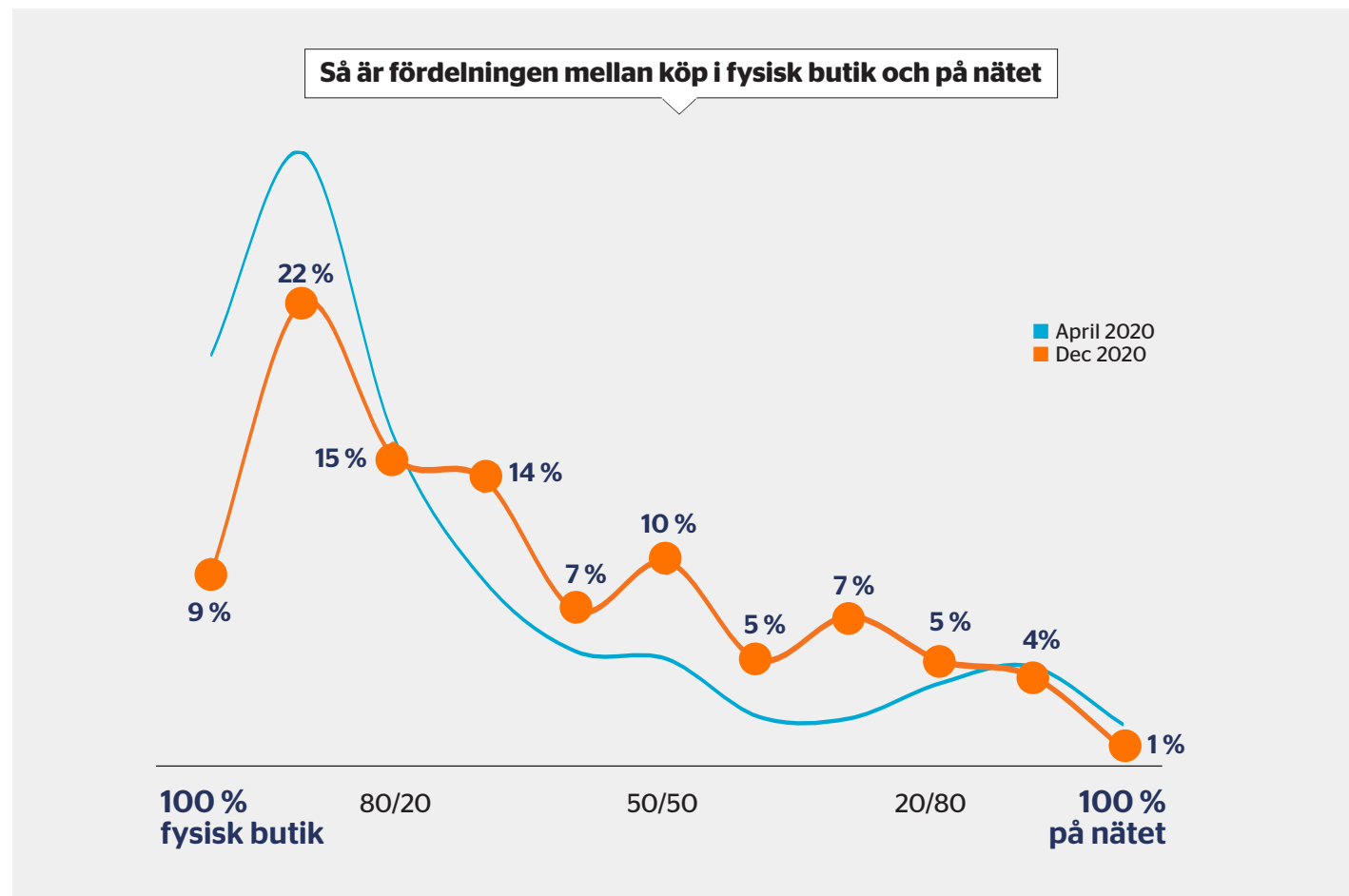
Produktkategorier	Total	Kön		Ålder			
		Man	Kvinna	18-29 år	30-49 år	50-64 år	65-79 år
Hälsa (inkl apoteksvaror) 	19 %	16 %	23 %	14 %	16 %	20 %	31 %
Dagligvaror 	16 %	14 %	18 %	10 %	18 %	12 %	23 %
Kläder och skor 	12 %	10 %	14 %	12 %	10 %	11 %	16 %
Böcker och media 	7 %	7 %	7 %	6 %	2 %	7 %	17 %
Hemelektronik 	7 %	8 %	6 %	8 %	6 %	6 %	9 %
Möbler och heminredning 	6 %	4 %	8 %	8 %	7 %	7 %	4 %
Skönhet 	6 %	2 %	10 %	7 %	5 %	5 %	9 %
Barnprodukter och leksaker 	6 %	5 %	7 %	6 %	6 %	5 %	7 %
Sport och fritid 	6 %	7 %	4 %	3 %	5 %	8 %	7 %
Byggvaror 	3 %	4 %	2 %	2 %	3 %	4 %	3 %
Fordon och fordonstillbehör 	2 %	4 %	1 %	1 %	0 %	5 %	4 %
Nej, ingenting 	50 %	56 %	44 %	54 %	54 %	52 %	35 %

*Andel som svarat ja. Flera svar möjliga.

Fördelningen mellan fysisk butik och e-handel

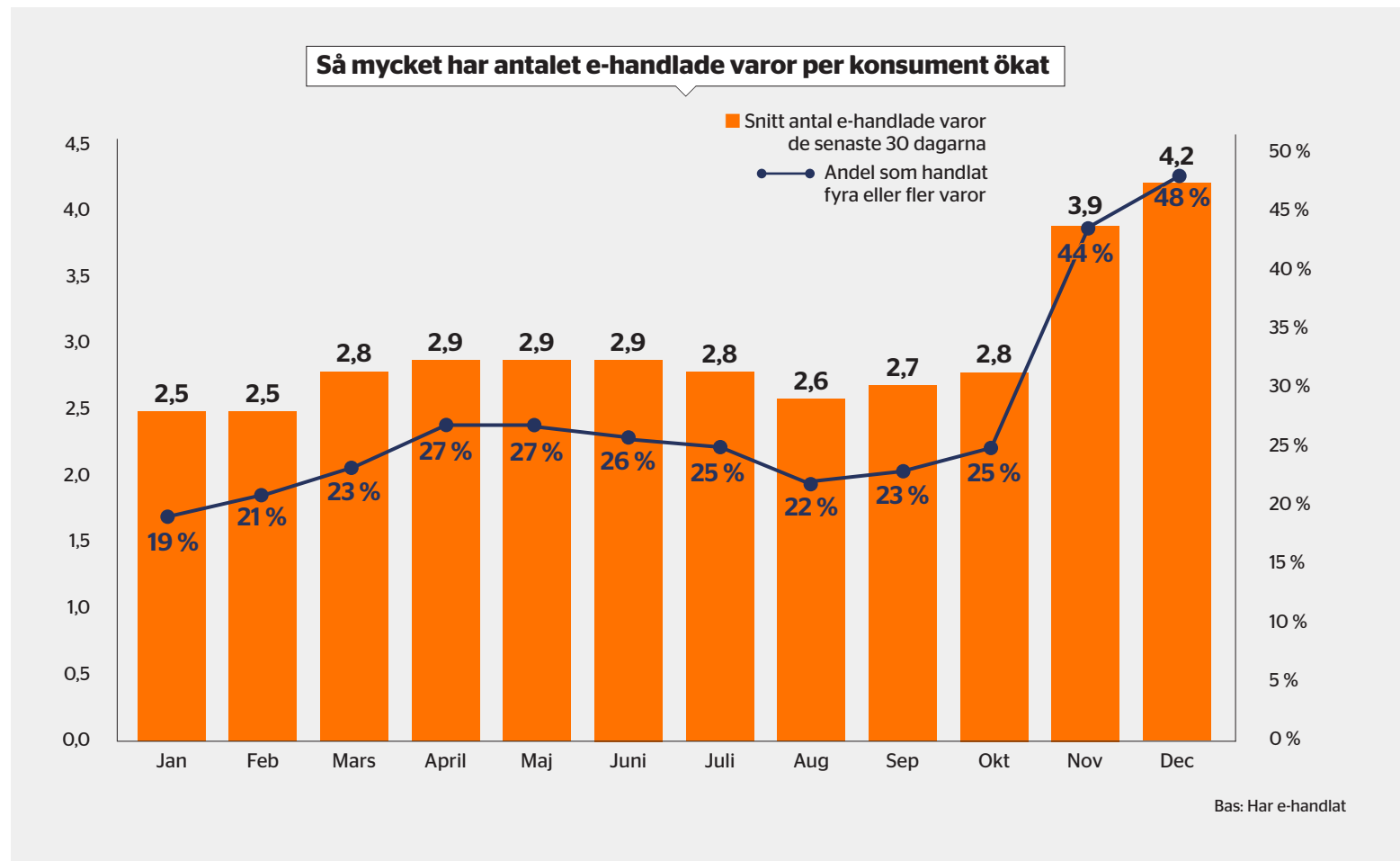
Vi började i slutet av april att följa hur konsumenterna uppskattar att deras fördelning mellan konsumtion i butik och konsumtion på nätet ser ut. Perioden vi frågar efter är "från mitten av mars fram till idag".

Det har skett en successiv förflyttning mot en större andel e-handel, under året. Fler och fler konsumenter har vant sig vid att göra en allt större del av sina köp online. Som vi rapporterade i vår julklappsrapport så var det så många som 25 procent av konsumenterna som uppgav att de köpt alla sina julklappar på nätet.



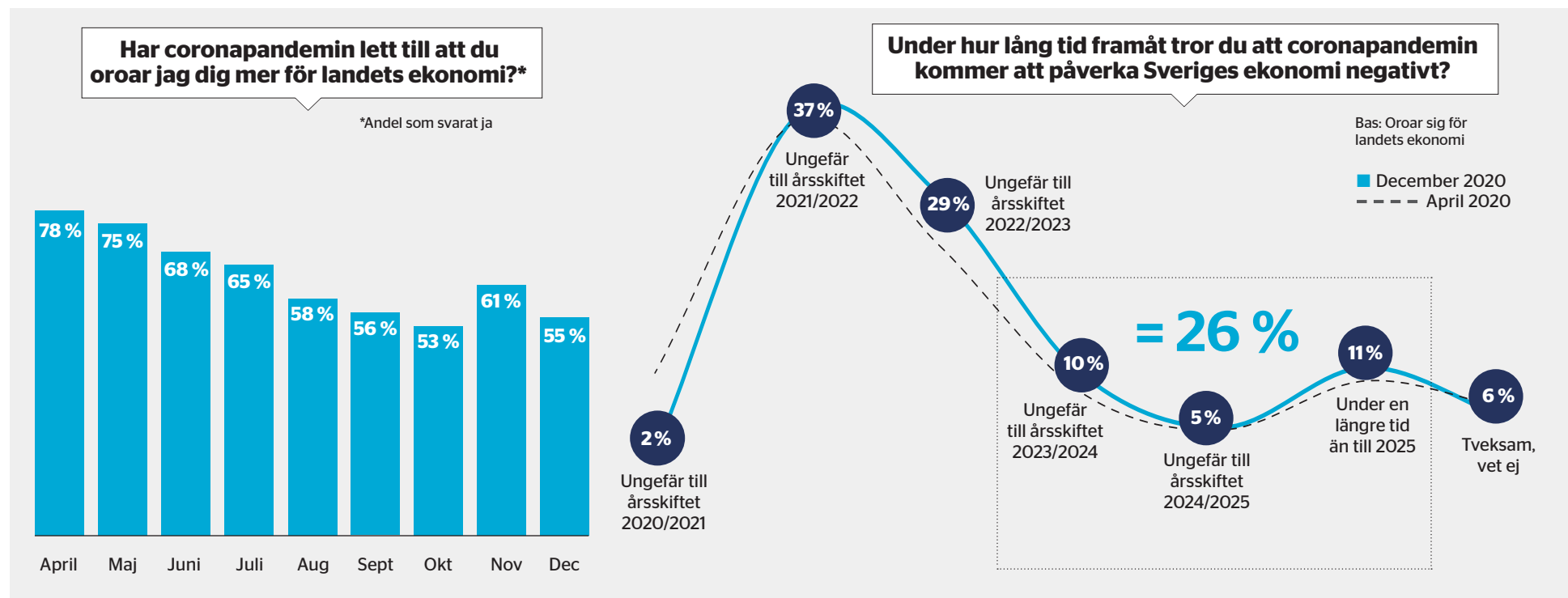
December blev årets mest intensiva e-handelsmånad

Efter en intensiv e-handelsmånad i november så ökade aktiviteten ytterligare under december. I snitt köpte svenskarna drygt 4 produkter på internet under december och hela 48 procent handlade fler än 4 varor. Kvinnorna handlade i snitt fler varor, per person, än männen.



Oron för en kommande lågkonjunktur gick tillbaka

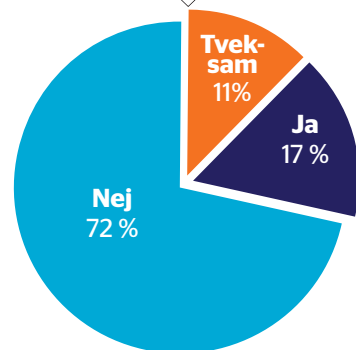
Efter att ha minskat månad för månad till och med oktober, så ökade i november svenskarnas oro för landets ekonomi eller en kommande lågkonjunktur. I december gick oron tillbaka till en lägre nivå igen, sannolikt eftersom vaccineringsplanerna förtydligades. Precis som i början av virusets spridning i Sverige så tror flest svenskar att landets ekonomi kommer att förbli negativt påverkad ungefär fram till årsskiftet 2021/2022. 29 procent tror emellertid att det effekterna dröjer sig kvar ytterligare ett år, till årsskiftet 2022/2023. 26 procent av svenskarna är ännu mer pessimistiska. Kvinnorna är mer pessimistiska än männen.



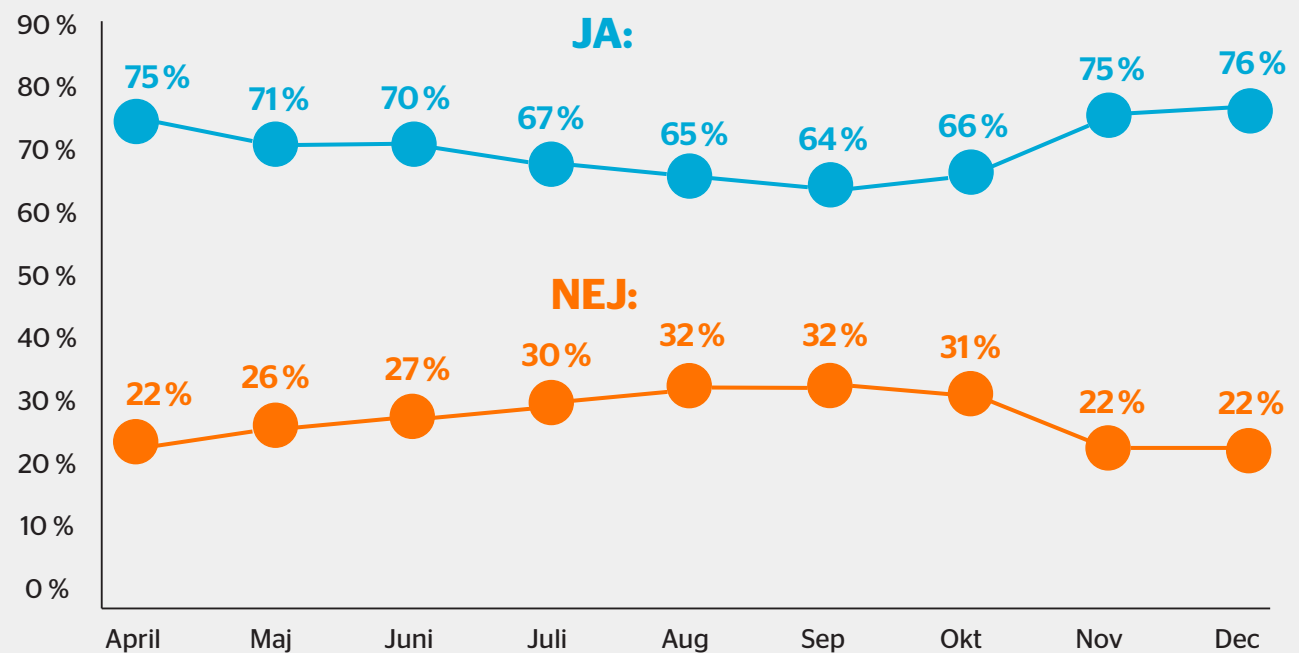
Oron för smitta var fortsatt hög i december

Oron för att bli smittad av coronaviruset gick gradvis ned månad för månad under våren och sommaren, men ökade snabbt igen under oktober och november. I december låg oron kvar på samma nivå som månaden innan. Av hela populationen var det 17 procent som uppgav att de har varit (eller tror att de har varit) smittade av viruset redan.

Har du eller tror du att du haft coronaviruset (med eller utan symptom)?








Oroar du dig för din egen eller dina anhörigas hälsa, på grund av coronapandemin?



Preferenserna för olika leveranstyper påverkas av oron för viruset

Graden av oro för viruset påverkar hur de svenskarna konsumenterna vill ha sina e-handlade varor levererade. I september, när oron var som lägst, var det 36 procent som föredrog att få sina varor levererade till utlämningsställe/paketombud. I december var andelen nere på 26 procent - ett resultat av att man ogärna står i kö tillsammans med andra. Istället var det fler som föredrog att få sina varor levererade antingen hem eller till en paketautomat.

Andel som föredrar olika leveransalternativ

	September	December
 Utlämningsställe/ombud	36 %	26 %
 Paketautomat	9 %	12 %
 Hemleverans med kvittens	13 %	15 %
 Hemleverans utan kvittens	45 %	52 %
 Webbutiks fysiska butik	1 %	1 %

E-barometern ges ut av PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

postnord

Om PostNord

Vi levererar! PostNord är den ledande leverantören av kommunikations- och logistiklösningar till, från och inom Norden. Vi säkerställer postservicen till privatpersoner och företag i Sverige och Danmark. Genom vår expertis och ett starkt distributionsnät utvecklar vi förutsättningarna för morgondagens kommunikation, e-handel, distribution och logistik i Norden. 2018 hade koncernen cirka 30 000 anställda och en omsättning på 37,7 miljarder SEK. Moderbolaget är ett svenskt publikt bolag med koncernkontor i Solna. Besök oss på www.postnord.com

**SVENSK
DIGITAL
HANDEL**

Om Svensk Digital Handel

Svensk Digital Handel är intresseorganisationen för den digitala handeln i Sverige och verkar för att framtidssäkra medlemmarnas digitala verksamhet. Tillsammans med våra medlemmar gör vi det enklare att handla på nätet. Svensk Digital Handel äger e-handelscertifieringen Trygg e-handel och är en del av Svensk Handel.

hui.

Om HUI Research

HUI Research AB erbjuder, genom konsult- och forskningsverksamhet, kvalificerade beslutsunderlag och rådgivning inom handel, turism, konsumtion och samhällsekonomi till näringsliv och offentlig sektor. Företaget grundades 1968 och ägs av branschorganisationen Svensk Handel.

För frågor om E-barometern kontakta:

Arne Andersson, e-handelsexpert, PostNord, tel 0730-79 05 52, **Carl-Fredrik Teder**, detaljhandelsanalytiker, PostNord, tel. 076 697 46 44
Per Ljungberg, VD Svensk Digital Handel, tel 070-236 62 00 **Andreas Svensson**, senior konsult HUI Research, tel 070-510 77 37