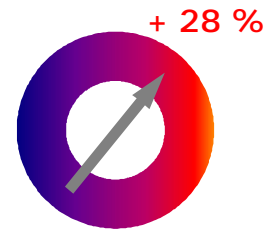


e-barometern

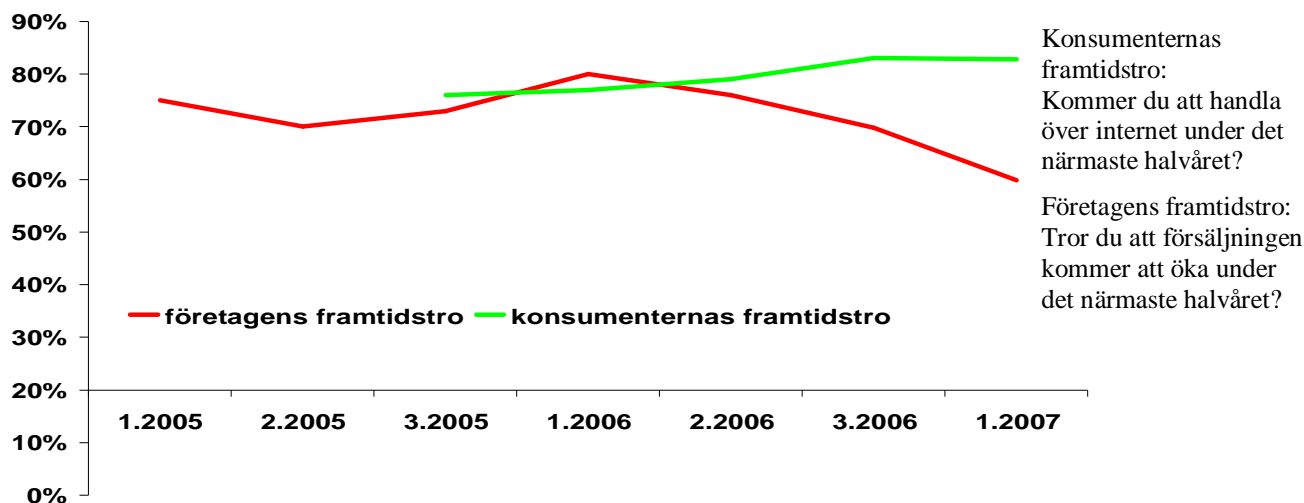


Q1 - 2007

Stark start på e-handelsåret

E-handels försäljning fortsätter att växa kraftigt. Under årets första kvartal steg omsättningen med 28 procent. E-handeln växer kraftigare än övrig detaljhandel och fortsätter därmed att ta marknadsandelar.

E-handlarna är också fortsatt positiva; 60 procent bedömer att försäljningen kommer att öka. Optimismen har emellertid avtagit något. Hos konsumenterna syns däremot ingen avmattning – 83 procent menar att de kommer att handla på internet under det kommande halvåret.



- E-handelsförsäljningen av detaljhandelsvaror riktad mot konsument steg under första kvartalet 2007 med 28 procent.
- E-handels omsättning av den totala detaljhandeln år 2007 beräknas slå nytt rekord.
- E-handlarna är förhoppningsfulla inför framtiden men optimismen är något lägre än vid föregående e-barometer.
- E-konsumenten betalar oftast för sina köp med kontokort men skulle helst vilja använda sig av överföring via internetbank alternativt faktura.
- Det vanligaste internetköpet ligger i intervallet 200-500 kronor och den samlade helårskonsumtionen över internet ligger i de flesta fallen i intervallet 2000-5000 kronor per år.

Om undersökningen

AB Handelns Utredningsinstitut (HUI) följer tillsammans med Posten AB och Svensk Distanshandel den svenska detaljhandels utveckling inom e-handeln. Informationen till aktuell e-barometer har samlats in under april månad 2007 och bygger på ett urval av cirka 1500 företag med försäljning över Internet. Vidare har även en konsumentundersökning via Internet (Cint) baserad på 1000 stycken respondenter genomförts. Frågor kring e-barometern besvaras av Jonas Arnberg, 08-762 72 90 och Malin Blank, 08-762 72 96.

Företagens försäljningsutveckling

E-handeln fortsätter att vara den snabbast växande försäljningskanalen i dagens detaljhandel. Under första kvartalet steg omsättningen för företag med försäljning över internet med 28 procent. Framförallt är det de stora företagen som går bra. Skulle de 10-20 omsättningsmässigt största företagen rensas bort skulle tillväxten landa på starka men försiktigare 20 procent.

Den starka tillväxten under årets första kvartal pekar på att e-handeln kommer att fortsätta ta marknadsandelar. Fjolårets andel på cirka 2,5 procent av detaljhandeln kommer därmed med största sannolikhet att öka och det blir allt viktigare för detaljhandelns aktörer att visa sig på internet för att kunna nå ett så stort försäljningsunderlag som möjligt.

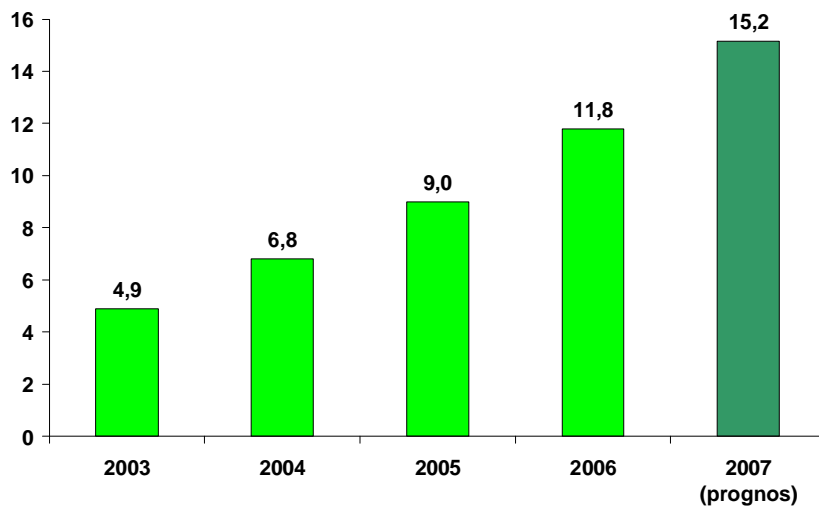


Diagram 1:
E-handelns omsättning,
miljard kronor.

Stark framtidstro

Majoriteten av e-handelsföretagarna ser ljusst på framtiden, 60 procent bedömer att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret. Trots god försäljningsutveckling har denna andel ändå minskat med 10 procentenheter sedan föregående e-barometer. Att 60 procent tror på en ökad försäljning är relativt andra näringsgrenar ändå optimistiskt. Det ser alltså fortfarande ljusst ut för e-handeln. Emellertid är det många e-handlare som fått det svårare. Majoriteten av försäljningen sker hos ett relativt litet antal företag där försäljningen utvecklas mycket väl. För många av de mindre företagen är försäljningsutvecklingen dock inte lika positiv.

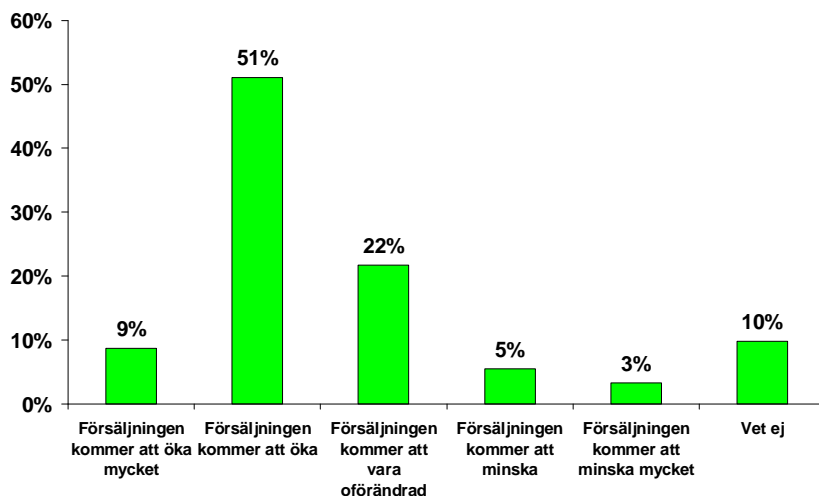


Diagram 2:
Hur tror du att försäljningen
kommer att utvecklas under
det närmaste halvåret?

Faktura vanligaste betalningslösningen

Att kunna erbjuda trygghet har i tidigare barometrar visat sig vara en viktig del för en framgångsrik e-handel. Valet av betalningslösning är i detta sammanhang en avgörande faktor. De flesta företagen erbjuder betalning via faktura eller inbetalningskort samt postförskott som betalningsmetod. Cirka hälften av företagen erbjuder kunderna att handla med kontokort och en tredjedel erbjuder överföring via internetbank som anses vara en säker betalningslösning.

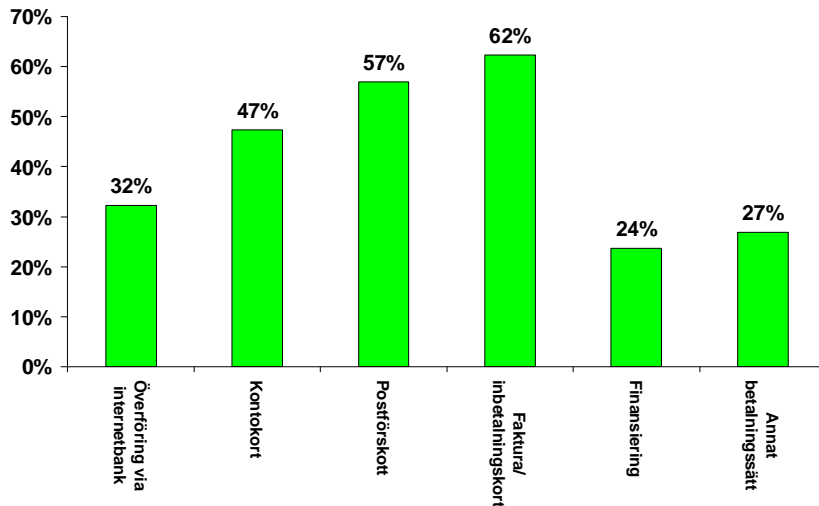


Diagram 3:
Vilket/vilka betalningssätt erbjuder ni era kunder?

I konsumentundersökningen (se diagram 6) framkommer att konsumenterna främst använder kort vid sina betalningar. Att konsumentundersökning och företagsundersökning inte stämmer överens skulle kunna förklaras av att de e-handelsbutiker som går bäst, det vill säga omsätter mest, inte erbjuder faktura i samma utsträckning som många mindre aktörer. Möjligtvis avskräcks mindre aktörer av de kostnader som kortbetalningar är förknippade med.

En trygg kund viktigast för valet av betalningslösning

Vid valet av betalningslösning är det främst kundens perspektiv som prioriteras. Att få kunden att känna sig trygg menar 71 procent av företagen är anledningen till deras val av betalningslösning. Nästan lika viktigt är att köpprocessen på internet ska gå snabbt och smidigt för konsumenten. I andra hand kommer företagets möjlighet att få in pengar tryggt och säkert samt att betalningslösningen ska vara kostnadseffektiv och underlätta för företagets administration.

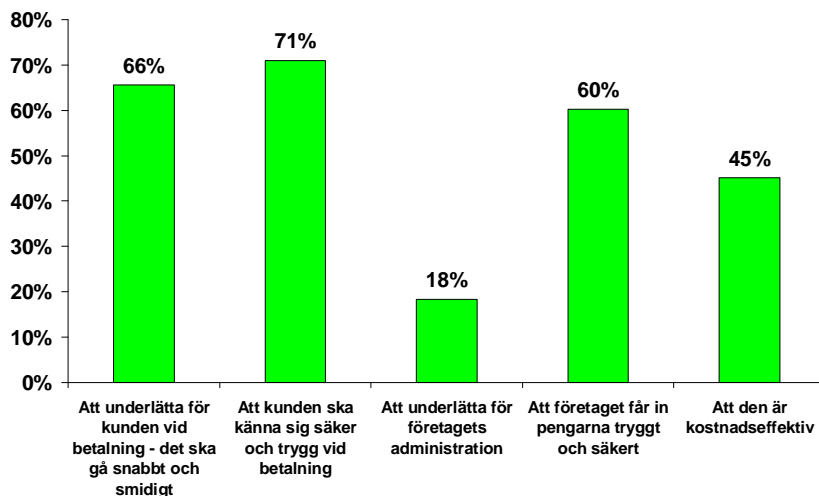


Diagram 4:
Vilket eller vilka av följande alternativ är viktigast för ert företag vid val av betalningslösning?

e-handelskonsumenterna

Konsumenterna ställer sig fortsatt positiva till e-handel. På den återkommande frågan kring framtida internetköp svarade 83 procent av konsumenterna att de planerar att handla produkter på internet under de närmaste 6 månaderna. Även om skillnaderna mellan olika konsumentgrupper är relativt små pekar resultatet på att det framförallt är konsumenter i åldrarna 23 till 35 år som planerar att handla.

Konsumenterna är fortsatt positiva till e-handel

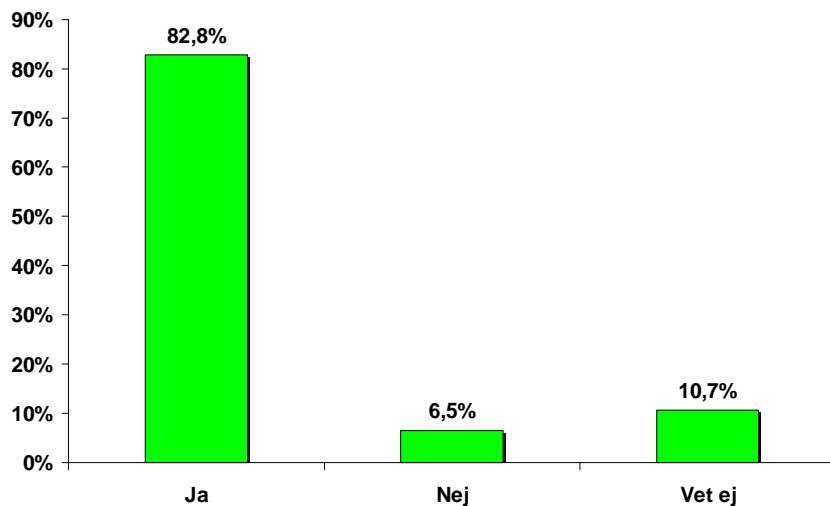


Diagram 5:

Tror du att du kommer att handla produkter på internet under de närmaste 6 månaderna?

Utöver de yngre är också konsumenter boende i Norrland överrepresenterade bland e-konsumenterna. 88 procent av de norrländska konsumenterna tror att de kommer att handla på internet under de närmaste sex månaderna medan motsvarande andel för storstads- respektive tätortsbor uppgår till cirka 85 procent vardera.

Kontokort vanligaste betalningsmedlet...

Kontokort är den betalningslösning som konsumenterna främst använder sig av när de handlar varor på internet. Drygt 40 procent av e-barometerns konsumentpanel uppger att de använde kontokort som betalningsmedel när de senast handlade på internet. Även här är det de yngre konsumenterna (23-35 år) som sticker ut, 55 procent av dessa använde kontokort vid sitt senaste köp.

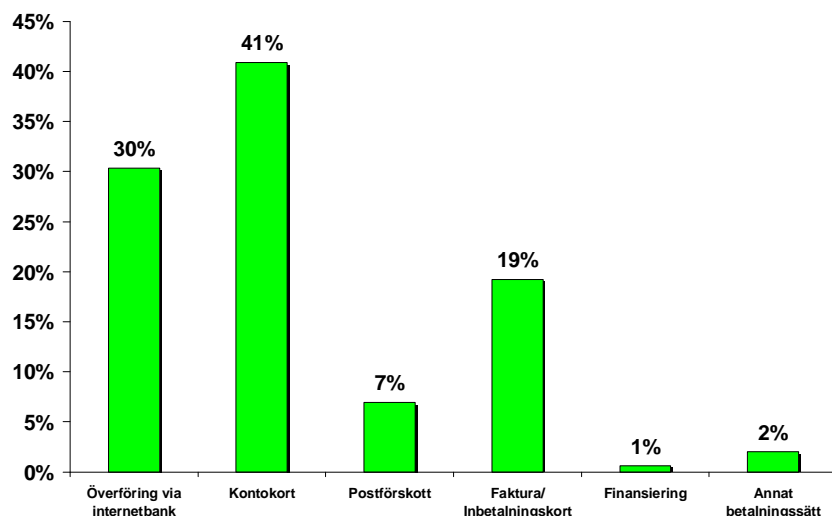


Diagram 6:

Hur betalade du vid ditt senaste köp över internet?

Den näst vanligaste betalningsformen är överföring via internetbank. Framförallt är det konsumenter i åldrarna 56 år och uppåt som använder denna betalningslösning. Den tredje vanligaste betalningsformen är faktura/inbetalningskort, vilket närmare 20 procent av konsumentpanelen nyttjar.

...men det är direktbetalning och faktura som konsumenten föredrar

Även om kortbetalning är den vanligaste betalningsmetoden är det inte den som konsumenterna föredrar. Helst vill man betala med hjälp av överföring via internetbank eller så kallad direktbetalning. Faktura föredras också före kortbetalning. Den främsta anledningen till att konsumenterna föredrar dessa betalningsmetoder är att de anses vara säkrare. Intressant är att konsumenterna också tycker att dessa betalningssätt är enklare att använda än kontokort.

Anledningen till att konsumenterna inte kan använda den betalningslösning man föredrar är sannolikt att företagen inte erbjuder dessa. Detta är givetvis något för dagens e-handelsföretag att ta till sig i konkurrensen om framtida kunder.

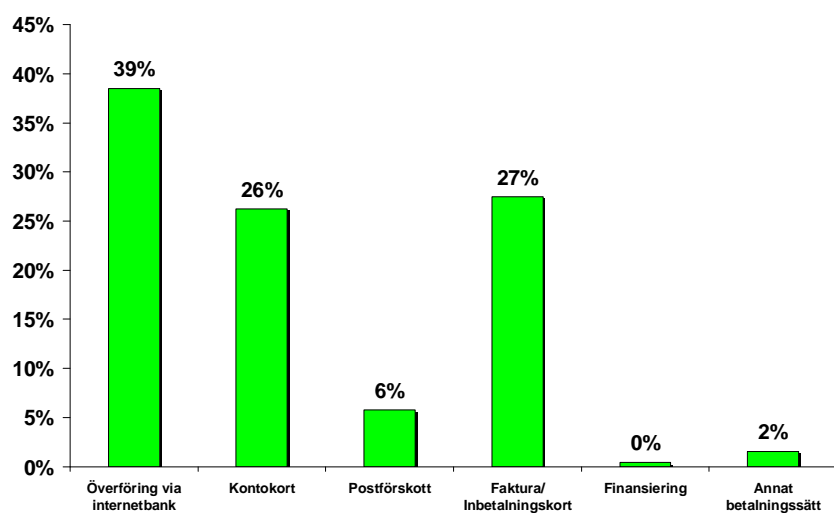


Diagram 7:
Vilket betalningssätt skulle du föredra om du fick välja?

Vanligaste köpet under 500 kronor

De flesta e-handelsköp uppgår till relativt små belopp. Merparten, eller 35 procent, av konsumenterna i e-barometern uppger att deras senaste köp på internet motsvarade en summa på mellan 200 och 500 kronor.

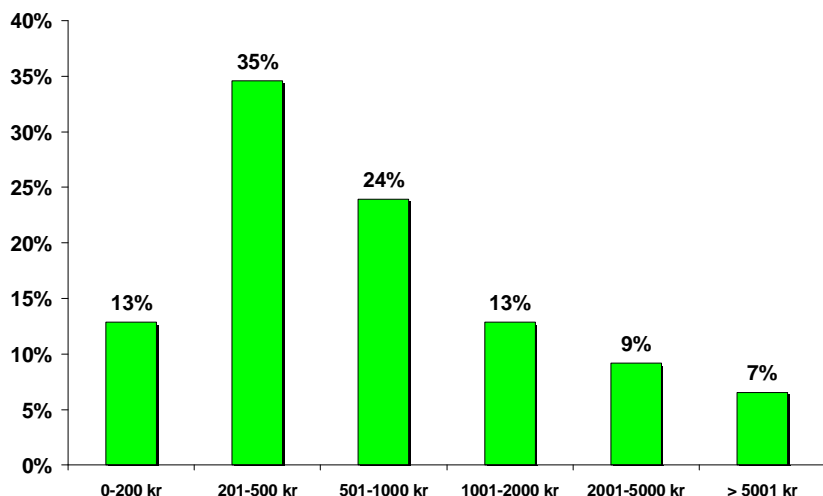


Diagram 8:
Hur mycket handlade du för vid ditt senaste köp över internet?

Studerar man resultatet närmare ser man att män köper för större summor än kvinnor. Närmare 15 procent av de manliga konsumenterna lade mellan 1 000 och 2 000 kronor på sitt senaste e-handelsköp, jämfört med 9 procent av kvinnorna. Skillnaderna mellan könen håller i sig även för de högre köpesummorna. 10 procent av männen spenderade 5 000 kronor eller mer vid sitt senaste e-handelsköp. Motsvarande andel för kvinnorna uppgick till knappt 3 procent.

Hög årskonsumtion

Trots att varje enskilt e-handelsinköp motsvarar relativt små köpesummor uppskattas den årliga e-handelskonsumtionen till relativt stora belopp. Närmare en tredjedel av konsumenterna i e-barometern uppger att man under det senaste året har handlat produkter på internet för mellan 2 000 och 5 000 kronor. Ytterligare 20 procent av konsumenterna lägger mellan 5 000 och 10 000 kronor medan 18 procent spenderar ännu mer, från 10 000 och uppåt på e-handelsinköp per år.

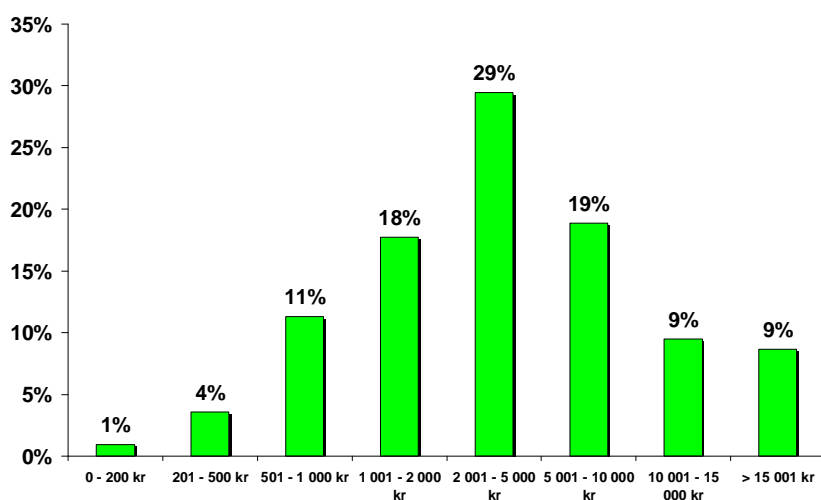


Diagram 9:
Hur mycket har du uppskattningsvis handlat för på internet under det senaste året?

Kommentarer till e-barometern:

Posten

Efter flera års stark tillväxt ser vi idag en mognare distanshandelsmarknad, säger Erik Olsson, vd och koncernchef i Posten. En stor utmaning för e-handelsföretagen är att utveckla arbetet med att förenkla beställningsrutinerna och göra betalningen säkrare. Resultaten i e-barometern visar tydligt vikten av att erbjuda betalningslösningar som får kunden att känna sig trygg, vilket är en viktig faktor för att locka nya kunder till e-handeln och öka köplusten hos befintliga konsumenter, säger Erik Olsson.

HUI

Den totala försäljningsutvecklingen över nätet fortsätter att imponera med starka tillväxttal. Framförallt är det emellertid de stora företagen som utvecklas starkt. Bland de mindre företagen är försäljningsutvecklingen något lägre och optimismen hos många e-handlare inte längre lika god. Även för småföretagen är emellertid både framtidstro och försäljningstillväxt starkare än i den traditionella handeln, säger Jonas Arnberg, analytiker HUI.

Om undersökningen

AB Handels Utredningsinstitut (HUI) följer tillsammans med Posten AB och Svensk Distanshandel den svenska detaljhandels utveckling inom e-handeln. Informationen till aktuell e-barometer har samlats in under april månad 2007 och bygger på ett urval av cirka 1500 företag med försäljning över Internet. Vidare har även en konsumentundersökning via Internet baserad på 1000 stycken respondenter genomförts. Frågor kring e-barometern besvaras av Jonas Arnberg, 08-762 72 90 och Malin Blank, 08-762 72 96.