

# Distanshandeln idag 2007

- en rapport om svenska folkets vanor och  
attityder till distanshandel





## Förord

Distanshandeln pressar priserna, ökar utbudet och stärker glesbygden. Så kan uppfattningen bland de svenskar som distanshandlar sammanfattas.

Allt fler svenskar väljer att göra sina inköp hemifrån med hjälp av Internet, telefon eller beställningsformulär. För Posten utgör också distanshandeln en allt viktigare del av vår verksamhet. Därför har Posten en ambition att bidra till ökad kunskap om konsumentens beteende och inställning till den.

För ett år sedan publicerade därför Posten en rapport om den svenska distanshandeln – Distanshandeln idag 2006. Syftet var att ge en bild av svenska folkets vanor och attityder till att handla på distans, det vill säga via Internet eller via traditionell postorder.

I rapporten redovisades bland annat att majoriteten av svenskarna handlar på distans och att de främsta skälen till att handla är priset, enkelheten och bekvämligheten. De underliggande motiven tycks samtidigt variera. För småbarnsföräldern kan det handla om att spara tid i en stressig vardag. För den som bor i glesbygd kan orsaken vara att få tillgång till ett utbud som inte finns på den egna orten.

Vad som tydligt framkom var att distanshandeln möter dagens livsmönster. Det är sannolikt också skälet till att den fortsätter att växa så kraftigt. Den del av distanshandeln som sker via Internet växte med 32 procent under 2006. Det har bidragit till att distanshandeln idag står för en större andel av detaljhandeln än någonsin med en omsättning på 16,7 miljarder kronor (Källa: HUI).

Årets distanshandelsrapport, Distanshandeln idag 2007, är både en fortsättning och en utveckling av förra årets rapport. Dels redovisas jämförelsetal, dels belyses helt nya ämnesområden, till exempel handeln från utländska e-handels sajter.

Rapporten vänder sig framför allt till dig som vill veta mer om distanshandeln och vilken roll den spelar i Sverige idag.

Trevlig läsning!

Stockholm i april 2007

Catharina Strömsten  
Chef koncernstrategi Posten



## Innehåll

|  |    |
|--|----|
| Svenskarna mycket positiva till distanshandeln | 3  |
| Sju av tio distanshandlar                      | 4  |
| Kläder klar favorit                            | 5  |
| Lägre pris, bekvämlighet och utbud             | 6  |
| E-handeln fortsätter att växa                  | 7  |
| E-handelsinköp i flera steg                    | 8  |
| Enkel navigation utmärkande                    | 9  |
| Sms-avisering växer                            | 10 |
| Utbredd e-handel från utlandet                 | 11 |
| Bilaga – frågor, distanshandelsundersökning    | 12 |

### Om undersökningen

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2 000 respondenter i ett riksrepresentativt urval. Intervjuerna genomfördes av SIFO Research International under perioden 20 till 30 november 2006.

Vissa av de förändringar som redovisas ligger inom den statistiska felmarginalen. En tumregel är att de förändringar som är större än fyra procentenheter är statistiskt säkerställda. Mindre förändringar än detta ska tolkas med större försiktighet. Det samma gäller resultat som baseras på mindre baser, t ex en viss åldersgrupp.

I rapporten används begreppen distanshandel och e-handel. Distanshandel är ett vidare begrepp som omfattar all beställning av varor på distans oavsett beställningssätt (postorderkatalog, svarstalong, Internet, telefon och TV). Begreppet e-handel avser enbart beställning av varor via Internet.

## Sammanfattning

Posten har för andra året i rad intervjuat svenska konsumenter om deras attityder och vanor kring distanshandel. Syftet med undersökningen är att öka kunskapen om distanshandeln i Sverige idag.

- Svenskarna är mycket positiva till distanshandeln – Nästan åtta av tio svenskar som handlar på distans, anser att distanshandeln leder till ett ökat utbud. Sex av tio anser att den pressar priser.
- Sju av tio har distanshandlat – En klar majoritet av svenskarna handlar idag på distans. Omkring sju av tio har distanshandlat någon gång. 16 procent distanshandlar minst en gång i månaden.
- Kläder klar favorit – Den vanligaste varan att handla på distans är kläder. Därefter kommer hemelektronik, böcker och skivor.
- Lägre pris, bekvämlighet och utbud – Lägre pris, enkelhet/bekvämlighet och större utbud är de främsta anledningarna till att börja distanshandla. Lägre pris är det som framför allt skulle få de som distanshandlar att handla ännu mer.
- E-handeln fortsätter att öka – Av dem som handlar varor på Internet anger en av tre att de räknar med att öka sin e-handelskonsumtion under 2007. Bara tre procent tror att de kommer att handla mindre.
- E-handelsinköp i flera steg – Sex av tio som e-handlar besöker en prisjämförelsesajt innan köpet slutförs. Nästan hälften använder en postorderkatalog innan beställning görs på Internet.
- Enkel navigation utmärkande – Närmare hälften av de som e-handlar menar att enkel navigation är det främsta kännetecknet för en bra e-handelsajt.
- De flesta nöjda med e-handeln – Nio av tio e-handelskonsumenter tycker att köp via Internet fungerar bra. Nöjdast är de yngre.
- Fler vill ha sms-avisering – Andelen som distanshandlar som vill få avisering via sms har ökat med 35 procent jämfört med förra årets studie.
- Utbredd e-handel från utlandet – Närmare fyra av tio konsumenter som e-handlar har någon gång handlat från utländska sajter.

## Svenskarna är mycket positiva till distanshandeln

Distanshandeln pressar priserna, ökar utbudet och stärker glesbygden. Så kan uppfattningen bland de svenskar som distanshandlar sammanfattas.

Sex av tio svenskar (60 procent) som distanshandlar anser att priserna totalt sett pressas tack vare distanshandeln.

Män håller i större utsträckning än kvinnor med om att distanshandeln pressar priserna. Bland männen är andelen 69 procent medan motsvarande andel bland kvinnorna är 51 procent. En möjlig förklaring kan vara att de varugrupper, framför allt hemelektronik, som män oftast köper på distans har större fokus på priset än vad t ex kläder har, en varugrupp där kvinnor är överrepresenterade bland köparna. (Detta beskrivs vidare på sidan 5)

### Distanshandeln ger tillgång till större utbud

Tre av fyra distanshandlande svenskar (76 procent) håller med om att distanshandeln ger konsumenterna tillgång till ett större utbud. Framförallt delar män och yngre denna uppfattning. 82 procent av männen och 79 procent av de yngre instämmer i påståendet.

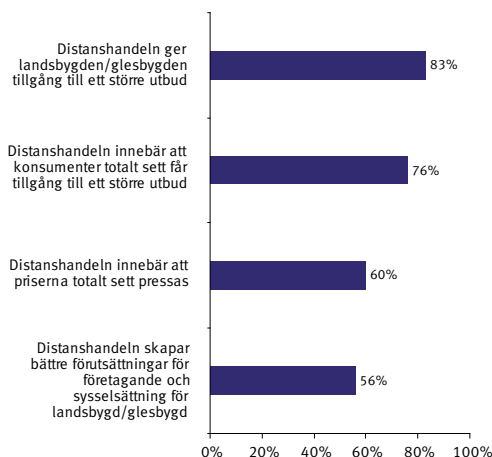
Bland kvinnor är motsvarande andel 70 procent och bland de äldre, över 64 år, 55 procent.

### Glesbygden gynnas

De allra flesta svenskar som distanshandlar anser att distanshandeln ger glesbygden tillgång till ett ökat varuutbud. Mer än åtta av tio (83 procent) instämmer i påståendet att distanshandeln ökar varuutbudet i glesbygden.

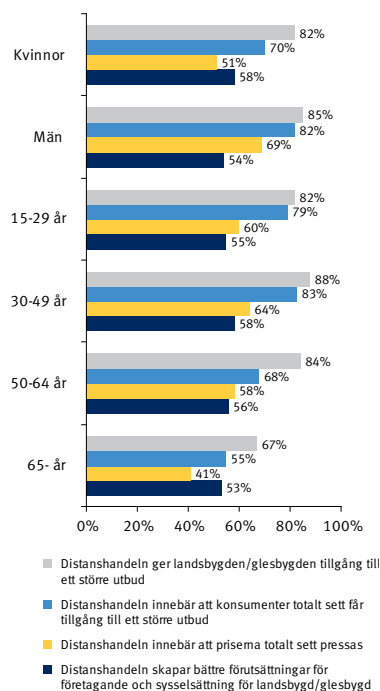
Närmare sex av tio distanshandlande svenskar (56 procent) anser dessutom att distanshandeln förbättrar glesbygdens förutsättningar för företagande och sysselsättning.

Hur väl instämmer du i följande påståenden om distanshandeln?



Bas: Distanshandlar någon gång per år eller oftare  
Svar: Instämmer + instämmer helt och hållet

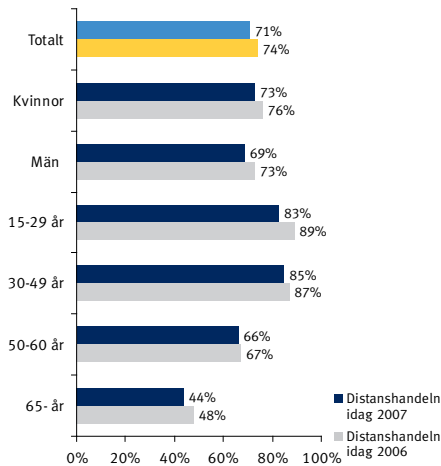
(Samma fråga som ovan - andel som instämmer)  
Uppdelat på kön och ålder



Bas: Distanshandlar någon gång per år eller oftare  
Svar: Instämmer + instämmer helt och hållet

## Sju av tio har distanshandlat

Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via postorderkatalog, beställningskatalog, Internet, telefon och TV?



Bas: Distanshandlar minst en gång per år + mer sällan

71 procent av svenskarna uppger att de någon gång har distanshandlat. Vanligast är distanshandel i den yngre åldersgruppen där en fjärdedel handlar minst en gång i månaden.

De flesta svenska konsumenter har idag distanshandlat. Sju av tio (71 procent) säger att de vid något tillfälle har gjort det. Det ligger i nivå med förra årets studie. Den successiva ökning av andelen svenskar som distanshandlar som skett under hela 2000-talet tycks således ha börjat stabiliseras.

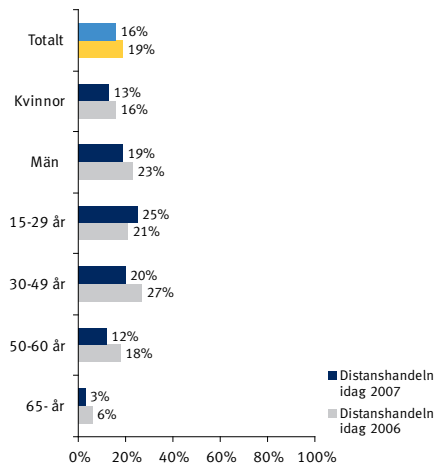
### Yngre och "mitt i livet" distanshandlar oftast

De yngre, mellan 15 och 29 år, är de som oftast distanshandlar. Var fjärde i denna åldersgrupp uppger att han eller hon handlar på distans minst en gång i månaden. Totalt har 83 procent i denna åldersgrupp distanshandlat vid något tillfälle.

Svenskar som är "mitt i livet", mellan 30 och 49 år, distanshandlar nästan lika ofta. Var femte distanshandlar minst en gång i månaden och 85 procent har distanshandlat någon gång.

Distanshandeln är minst utbredd bland de över 64 år. 44 procent har distanshandlat vid något tillfälle och 3 procent gör det minst en gång i månaden.

Samma fråga som ovan - andel som distanshandlar minst en gång per månad



Bas: Distanshandlar minst en gång per månad

### Allt fler beställer via Internet

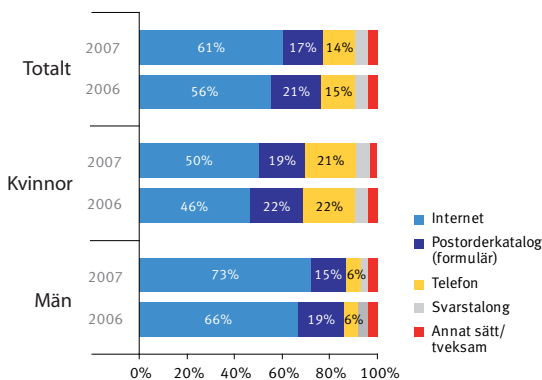
Redan i förra årets studie var beställning via Internet den vanligaste formen för distanshandel. Då svarade 56 procent att de oftast använde Internet. I årets rapport har denna andel ökat till 61 procent. Traditionell postorder, det vill säga användning av beställningsformulär eller telefon, minskar i motsvarande utsträckning från 21 till 17 procent. Trenden är att beställning vid distanshandel allt mer går från talonger till Internet, det vill säga distanshandelsföretagens hemsidor.

I förra årets studie beskrevs de relativt stora skillnader som finns mellan hur kvinnor och män beställer när de distanshandlar. Dessa mönster syns tydligt även i årets rapport.

Män är klart överrepresenterade bland dem som beställer via Internet. Drygt sju av tio män (73 procent) som distanshandlar använder oftast Internet. Den innebär även en klar ökning från förra året. Motsvarande andel bland kvinnor är 50 procent.

Kvinnor är i sin tur överrepresenterade bland dem som använder telefonen för att beställa vid distanshandel. Drygt var femte (21 procent) distanshandlande kvinna beställer sina varor via telefon. Motsvarande andel bland män är 6 procent.

Vilket beställningssätt använder du oftast vid distanshandel?



Bas: Distanshandlar minst en gång per år

## Kläder klar favorit

Av de svenskar som handlat varor på distans under det senaste året har hälften köpt kläder. Det är därmed den vanligaste varan som svenskarna handlar på distans. Därefter kommer hemelektronik och böcker. Kvinnor är överrepresenterade bland de som köper kläder medan män oftare köper hemelektronik.

Distanshandel har traditionellt förknippats med klädköp. Idag är varuutbudet inom distanshandeln närmast oändligt. Det återspeglas också i att svenskar idag handlar allt från film till smycken, vvs-artiklar och kontaktlinsprodukter, oftare på distans.

Vanligaste varorna är dock fortfarande kläder. Hälften av alla distanshandlande svenskar har köpt kläder via Internet eller postorder.

Kvinnor är i klar majoritet bland de som köper kläder på distans. Två tredjedelar (66 procent) av alla kvinnor som handlar på distans, handlar kläder. Motsvarande andel bland män är 33 procent.

## Hemelektronikköparen oftast en man

Männens klara favoritområde är hemelektronik<sup>1</sup>. Hälften (51 procent) av männen som distanshandlar köper hemelektronik. Motsvarande andel bland kvinnor är 18 procent.

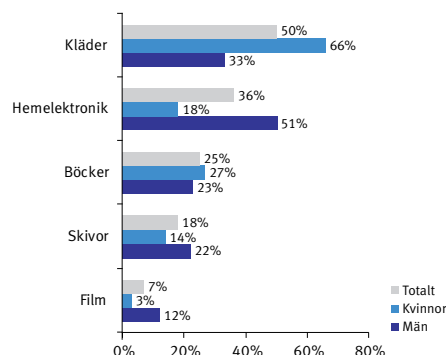
Andra populära distanshandelsvaror är skivor och film. 34 procent av männen har köpt skivor eller film via Internet eller postorder under det senaste året. Bland kvinnor är motsvarande andel 19 procent.

## Skivköp på Internet vanligast bland yngre

Nedladdning av musik har under senare år fått stor uppmärksamhet. Det är därför intressant att notera att de mest aktiva fildelarna – de yngre mellan 15 och 29 år – också är de som oftast distanshandlar musik. I denna åldersgrupp uppger 24 procent att de har handlat skivor via Internet eller postorder. Det kan jämföras med genomsnittet som är 18 procent.

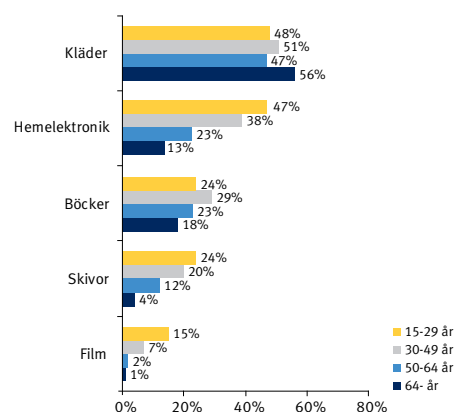
Mönstret återkommer då filmköparna studeras. Andelen bland de yngre som har handlat film på distans är mer än dubbelt så stor som den genomsnittliga andelen, 15 procent jämfört med 7 procent.

Vilka slags varor har du köpt på distans under det senaste året?



Bas: Distanshandlar någon gång per år eller oftare (Flera svar möjliga)

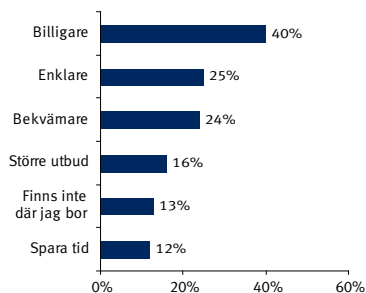
Samma fråga som ovan, uppdelat på ålder



Bas: Distanshandlar någon gång per år eller oftare (Flera svar möjliga)

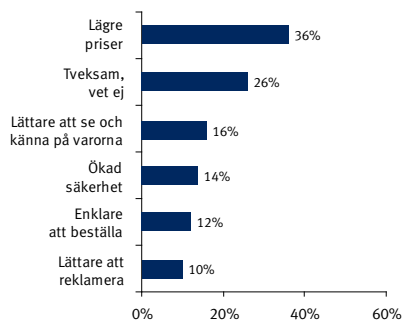
<sup>1</sup> I hemelektronik räknas även datorer, datatillbehör och dataspel in.

Varför väljer du att köpa varor via distans istället för att köpa dem i butik? (Frågan redovisades i förra årets rapport)



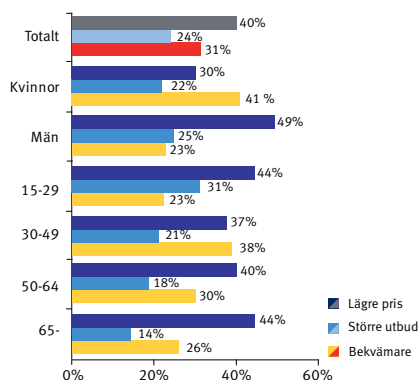
Bas: Distanshandlar någon gång per år eller oftare  
(Källa: Distanshandeln idag 2006)  
(Flera svar möjliga)

Vad skulle få dig att i större utsträckning välja att handla på distans framför att handla i vanliga butiker?



Bas: Distanshandlar någon gång per år eller oftare  
(Flera svar möjliga)

Vilket av följande alternativ anser du vara den allra största fördelen med att handla varor på Internet jämfört med att handla dem i butik?



Bas: Köpt varor via Internet

## Lägre pris, bekvämlighet och utbud

Lägre pris, enkelhet/bekvämlighet och utbud är de främsta orsakerna till att köpa varor via distans istället för i butik. Lägre pris är det som framför allt skulle få distanshandlarna att handla ännu mer.

I 2006 års rapport redovisades att de främsta orsakerna till att handla via distans är att det är billigare, enklare, bekvämare och att det finns ett större utbud. Fyra av tio svenskar (40 procent) framhöll att det är billigare. Omkring en av fyra lyfte fram att det är enklare (25 procent) respektive bekvämare (24 procent). En något mindre andel, 16 procent, menade att större utbud var den viktigaste anledningen.

Till 2007 års rapport ställdes frågan vad som skulle kunna få de som distanshandlar att i större utsträckning välja Internet eller postorder framför vanliga butiker. Det vanligaste svaret (36 procent) var att de tillfrågade skulle handla mer om priserna blev lägre.

Att lägre pris är en nyckelfaktor, både för att distanshandla över huvud taget och för att distanshandla ännu mer, framkommer alltså tydligt i både årets och förra årets studie.

## Olika drivkrafter för e-handelsköp

E-handeln står bakom distanshandelns kraftiga tillväxt. I årets studie har därför e-handelskonsumenternas inställning till att handla på distans undersökts specifikt.

Fyra av tio (40 procent) menar att lägre pris är den största fördelen med att handla via Internet. Tre av tio (31 procent) framhåller bekvämlighet. Nästan en fjärdedel (24 procent), tycker att bredare utbud väger tyngst.

## Inställning varierar med kön och ålder

Vad som anses vara den största fördelen med e-handeln varierar beroende på kön och ålder.

Kvinnor och 30 till 49-åringar anser att bekvämlighet är viktigast, medan lägre pris rangordnas högre än utbud. För män och yngre, de mellan 15 och 29 år, väger lägre pris tyngst. Dessa två grupper anser att utbud är viktigare än bekvämlighet.

## E-handeln fortsätter att växa

En av tre som e-handlar idag räknar med att handla mer under det kommande året. Bara tre procent tror att de kommer att handla mindre. Sammantaget indikerar detta en fortsatt värdetillväxt för e-handeln. Andelen som e-handlar stabiliseras samtidigt allt mer.

De senaste åren har e-handeln haft en kraftfull tillväxt. De kontinuerliga mätningar som genomförs av Handels Utredningsinstitut (HUI) har sedan 2005 redovisat tillväxttal för e-handeln på över 30 procent årligen.

Intervjuresultaten ligger väl i linje med dessa mätningar. Var tredje svensk som e-handlar idag räknar med att handla mer under det kommande året. Andelen som tror att de kommer att handla färre varor är 3 procent.

Sammantaget pekar årets studie på att e-handels volymer fortsätter att öka.

Män tror i större utsträckning än kvinnor att de kommer att öka sin e-handel under det kommande året. Nästan fyra av tio (37 procent) tror det. Motsvarande andel bland kvinnor är 28 procent.

### Framtida tillväxt från befintliga kunder

Av de Internetanvändare<sup>2</sup> som idag inte e-handlar är det 12 procent som tror att de kommer att börja under det kommande året. I den mätning som presenterades i förra årets rapport var andelen 20 procent. Minskningen ska tolkas som att ökningstakten blir allt lägre. Konkret innebär det att på sikt kommer andelen som e-handlar att stabiliseras. Samtidigt pekar även branschstatistik och andra informationskällor (till exempel HUI) mot att e-handelskonsumenterna köper för allt större belopp och fler varor.

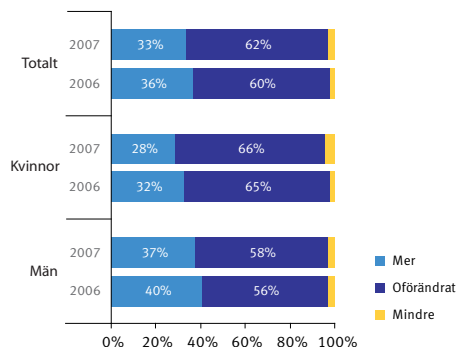
Resultatet skiljer sig också tydligt åt mellan olika åldersgrupper. I den yngsta gruppen, mellan 15 och 29 år, tror 22 procent att de kommer att börja e-handla. Där är förändringen jämfört med förra året samtidigt störst. I den äldsta gruppen, över 64 år, är motsvarande andel 6 procent.

### Fortsatt fokus på säkerhet och enkelhet behövs

Orsakerna till att inte handla varor på Internet kan delas in i tre huvudslag. Den första är avsaknad av behov, alternativt att man hellre handlar i butik. 40 procent pekar på detta. Den andra är okunskap eller rädsla som 34 procent pekar på. Hit räknas bland annat bristande tilltro till betalningssystemet och oro för att lämna ut det egna kontonumret.

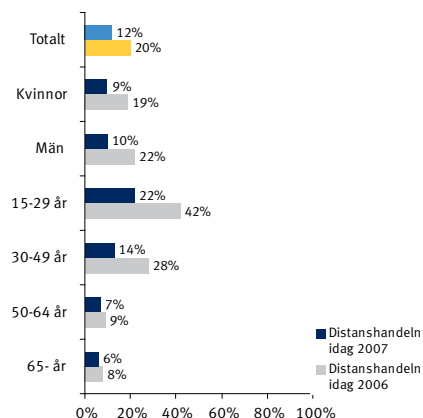
Det tredje huvudskälet skulle kunna kallas för Internets endimensionalitet. Drygt två av tio (24 procent) pekar på att det är svårt att se varorna på skärmen eller att de vill kunna känna på produkten innan köp.

Jämfört med året som gått, tror du att du kommer att köpa fler eller färre varor via Internet/hemsida under det kommande året, eller ungefär lika många?



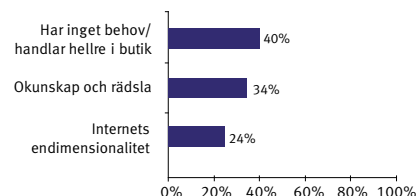
Bas: E-handlat under det senaste året

Hur troligt är det att du kommer att börja köpa varor via Internet under det kommande året?



Bas: Internetanvändare men e-handlar inte  
Svar: Mycket + ganska troligt

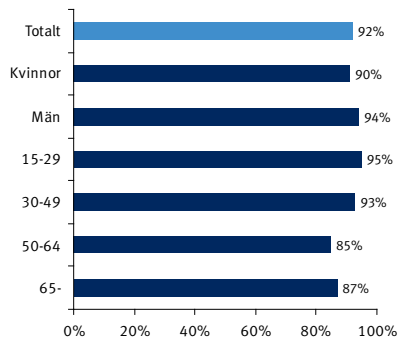
Varför köper du inte varor via Internet?



Bas: Internetanvändare men e-handlar inte  
(Flera svar möjliga)

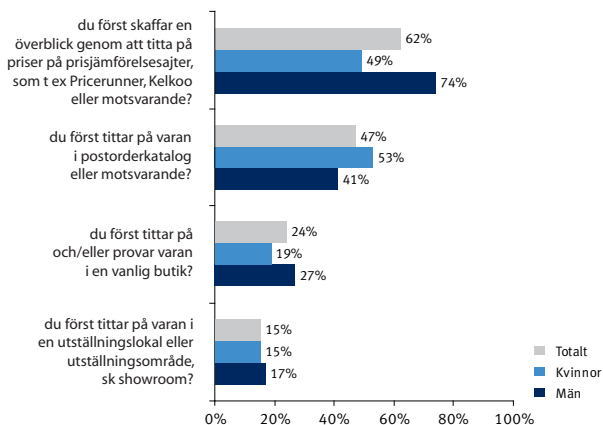
<sup>2</sup> 77 procent av de tillfrågade är Internetanvändare. 81 procent uppger att de har tillgång till Internet.

Hur tycker du rent allmänt att det fungerar att handla varor på Internet?



Bas: E-handlat under senaste året  
Svar: mycket bra + ganska bra

När du ska köpa en vara på Internet, hur ofta händer det att...



Bas: E-handlat under senaste året  
Svar: alltid + mycket ofta + ganska ofta

## E-handelsinköp i flera steg

Nio av tio e-handelskonsumenter är nöjda med hur Internet-handeln fungerar och många utvecklar egna metoder för att göra smarta inköp. Sex av tio besöker till exempel en prisjämförelsesajt före köpet.

Ett bevis på att e-handeln blir allt mer väletablerad är att drygt nio av tio konsumenter som e-handlar tycker att den fungerar bra. Detta gäller oavsett kön och ålder.

## Prisjämförelsesajter och kataloger stödjer Internetköpet

E-handelskonsumenternas inköpsprocess är sofistikerad. Köpet sker i flera steg och inbegriper ofta jämförelser och informationsinhämtning från flera kanaler.

Drygt sex av tio (62 procent) uppger att de besöker en prisjämförelsesajt i samband med inköpsbeslutet. Beteendet är vanligare bland män. Förutom det självklara att jämföra priser kan också skäl vara att jämföra vad andra konsumenter tycker om produkten och företaget.

Nästan hälften (47 procent) tittar först i en postorderkatalog innan själva köpet slutförs på Internet. Katalogen är alltså även idag en viktig del av inköpsprocessen vid distanshandel.

Kvinnor använder i något större utsträckning än män postorderkataloger som en del i sin köpprocess när de ska handla på Internet.

## Var fjärde besöker butik före köp på Internet

Ytterligare ett led i e-handelsköpet kan vara att först besöka en vanlig butik. Var fjärde (24 procent) e-handelskonsument anger att de går till en vanlig butik för att prova eller titta på varan innan de beställer den på nätet. Beteendet är i stort sett likartat oavsett kön och ålder.

15 procent av e-handelskonsumenterna besöker därtill så kallade show rooms, butikslokaler där varor ställs ut, innan de gör sitt köp på Internet.

## Enkel navigation utmärkande

Nästan hälften av e-handelskonsumenterna anser att enkel navigation är det främsta kännetecknet för en bra e-handelssajt. Bland de som har avbrutit ett köp på Internet pekar omkring fyra av tio på teknik- eller säkerhetsrelaterade orsaker.

E-handelskonsumenterna blir allt mer erfarna. Med större erfarenhet följer också högre krav på e-handelssajtens utformning och funktionssätt.

Vad e-handelskonsumenter framför allt kräver av en bra e-handelssajt är enkel navigation, bra produktinformation och låga priser.

Allra viktigast är enkel navigation. Nästan hälften (48 procent) av de tillfrågade lyfter fram att sajten ska vara lättnavigerad.

Det näst viktigaste är bra information om produkterna. Knappt fyra av tio (37 procent) framhåller denna egenskap.

På delad tredje plats kommer att den är seriös respektive har låga priser, vilket lyfts fram av 29 procent vardera. Resultatet stärker tidigare slutsatser om prisets stora betydelse generellt sett. Att priset är lågt uppfattas till och med vara en av sajtens egenskaper.

### Bra produktinformation viktigast för äldre

Värderingen av sajternas egenskaper påverkas av ålder. För den äldsta gruppen e-handelskonsumenter, de över 64 år, är bra produktinformation den viktigaste egenskapen, vilket 44 procent framhåller.

I den yngsta åldersgruppen, mellan 15 och 29 år, har sajtens utbud en framskjuten plats. Nästan tre av tio (27 procent) menar att en bra e-handelssajt ska ha ett bra utbud. På totalnivå lyfts denna egenskap fram av 19 procent.

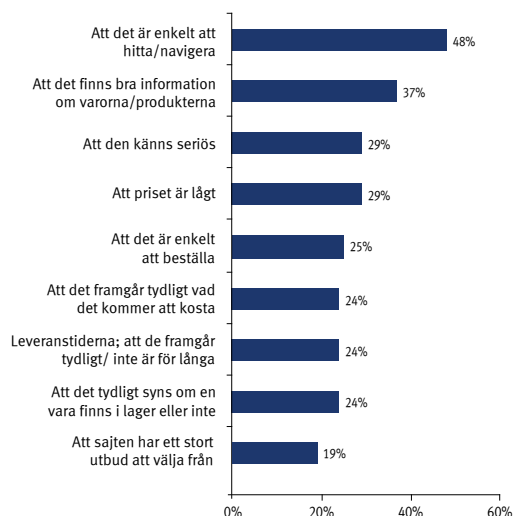
### Teknikproblem och osäkerhet kring betalningssäkerhet orsak att avbryta

Två av tre uppger att de någon gång har avbrutit ett köp på Internet. Den vanligaste orsaken för att avbryta ett köp är att den som handlar kommer på att han eller hon inte behöver varan. Därefter kommer tekniska problem som anges av 20 procent. Nästan lika många pekar på att de blev osäkra på betalningssäkerheten.

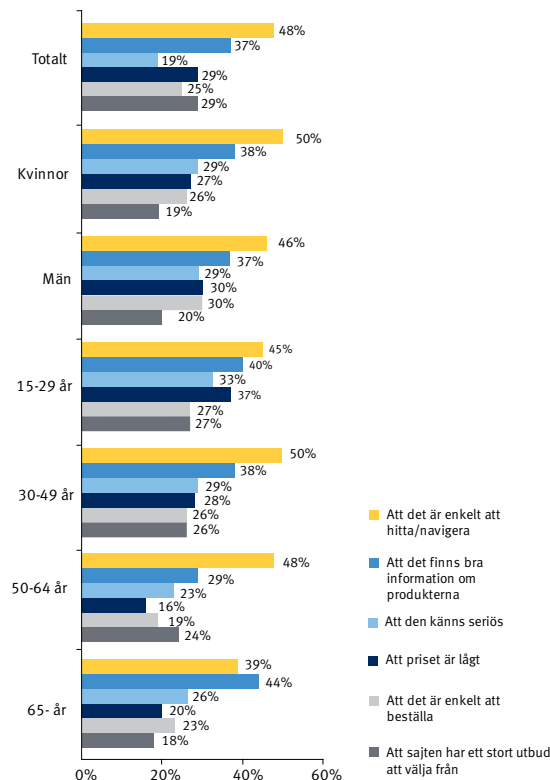
Var tionde (11 procent) menar att irritation över att de tvingades gå tillbaka och registrera sig som kund föranledde avbrottet. 21 procent anger leveransrelaterade orsaker, antingen att leveransen skulle ta för lång tid eller att den skulle bli för dyr.

Prisrelaterade orsaker, till exempel dålig prisinformation eller att ett lägre pris hade hittats på någon annan sajt, lyfts fram av 12 procent.

Vilka är de enskilt viktigaste egenskaperna hos en "bra" e-handelssajt?



Bas: E-handlat under senaste året (Flera svar möjliga)



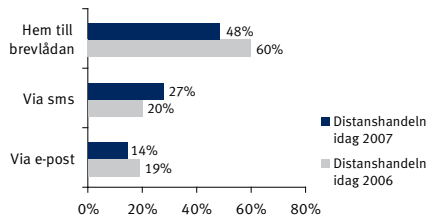
Bas: E-handlat under senaste året (Flera svar möjliga)

Vilken är den vanligaste anledningen till att du avbrutit ett köp på Internet?



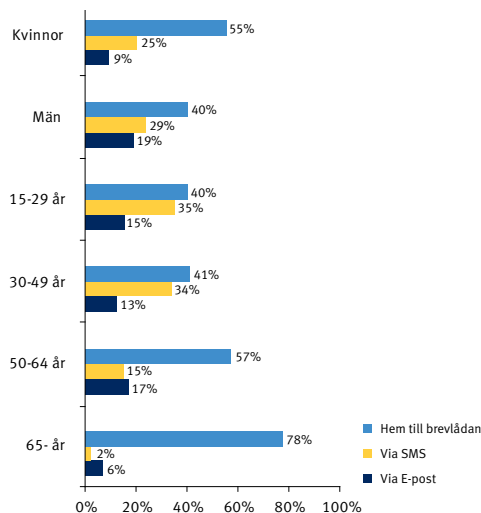
Bas: Avbrutit köp på Internet (Flera svar möjliga)

När en vara som du beställt är färdig att hämta, hur vill du då helst få information om detta?



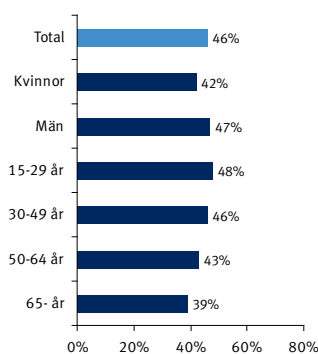
Bas: Distanshandlar minst en gång om året

Samma fråga som ovan, uppdelat på kön och ålder



Bas: Distanshandlar minst en gång om året

Ungefär hur stor del av de varor som du köper på distans, får du levererade hem till din brevlåda? (Andel som svarat "hälften eller mer")



Bas: Distanshandlar minst en gång om året

## Sms-avisering växer

Sms-avisering blir alltmer populär. Jämfört med förra årets studie har andelen som vill bli kontaktade via sms ökat med 35 procent. Fysisk avisering är dock fortfarande den form som flest föredrar.

Distanshandelns framgångar beror i stor utsträckning på de tekniska lösningar som underlättar både beställning, betalning och uthämtning av köpta varor. Ett exempel är sms-avisering som innebär att ett besked skickas direkt till mottagarens mobiltelefon när en beställd vara finns att hämta hos postombudet.

Allt fler föredrar att få sin avisering på detta sätt. I förra studien var andelen 20 procent. I årets studie har andelen ökat till 27 procent. Ökningen är genomgående för alla åldersgrupper. Störst är den i åldersgruppen 30 till 49 år, där andelen som föredrar sms-avisering har ökat från 24 till 34 procent.

## Vanlig avisering fortfarande mest populär

Även om betydelsen av sms-avisering ökar, föredrar fortfarande de flesta som distanshandlar att få aviseringen direkt till brevlådan. Närmare hälften (48 procent) föredrar detta sätt. Andelen har dock sjunkit med 12 procentenheter jämfört med vad som framkom i 2006 års rapport.

Traditionell avisering är särskilt populär bland äldre distanshandelskonsumenter. I åldersgruppen 50 till 64 år föredrar 57 procent detta sätt. I den äldsta gruppen, över 64 år, är motsvarande andel 78 procent.

E-postavisering har däremot inte ökat i betydelse om man jämför årets resultat med förra årets studie.

## Hälften av varorna levereras till brevlådan

46 procent av de tillfrågade säger att de får hälften eller fler av de varor som de köper på distans levererade hem till brevlådan. En bidragande orsak är sannolikt att några av de vanligaste varorna att handla på distans ofta är små och lätta och kan levereras av brevbäraren, som till exempel böcker, skivor och filmer.

## Utbredd e-handel från utlandet

Nästan fyra av tio som e-handlar har någon gång handlat från en utländsk sajt. Den största andelen finns bland yngre e-handelskonsumenter. Att varan finns på svenska sajter är den främsta orsaken till att avstå från utlandsköp.

Internet ger tillgång till ett oöverträffat varuutbud med produkter från hela världen. Bland dem som har e-handlat det senaste året har närmare fyra av tio (38 procent) köpt varor från en utländsk sajt vid något tillfälle.

De yngre e-handelskonsumenterna är överrepresenterade. Närmare hälften (45 procent) av 15- till 29-åringarna har köpt varor från utländska sajter.

Den yngre åldersgruppens relativt sett större e-handel från utlandet kan ses som en utmaning för svenska e-handelsföretag. Deras inköpsvanor kan också ses som ett tydligt tecken på Internets gränsöverskridande karaktär.

### USA och Storbritannien dominerar

USA är favoritlandet när svenskar ska e-handla från utländska sajter. Nästan sex av tio (58 procent) som e-handlar från utlandet har köpt varor från amerikanska sajter. På andra plats kommer brittiska sajter som 42 procent har handlat från. Även Tyskland är populärt att handla ifrån. Drygt tre av tio (32 procent) svenskar som e-handlat från utlandet har köpt varor från tyska e-handels sajter.

De tre vanligaste varorna att handla från utländska sajter är böcker, kläder och hemelektronik. Av svenskarna som har e-handlat från utländska sajter har 19 procent köpt böcker, 17 procent har handlat kläder och 19 procent har köpt hemelektronik.

### Bristande behov och tillit skäl till att avstå

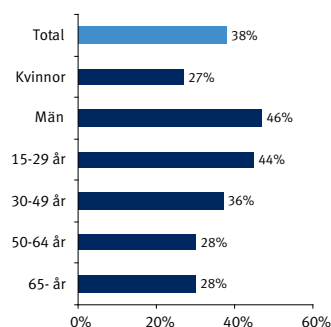
Skälen för svenska e-handelskonsumenter att avstå från att handla från utländska sajter kan delas in i två kategorier. Den första är behovsrelaterad, antingen att konsumenten inte upplever det specifika behovet eller att svenska sajter möter behoven.

Den andra kategorin är olika former av bristande tillit, till exempel osäkerhet om betalnings säkerhet, risk för att bli lurad och problem med språkskillnader.

Av dem som handlar från utländska sajter uppger 64 procent att det inte är någon skillnad mellan att e-handla från utlandet och att handla från svenska sajter. 21 procent menar dock att utlandsinköpen fungerar sämre.

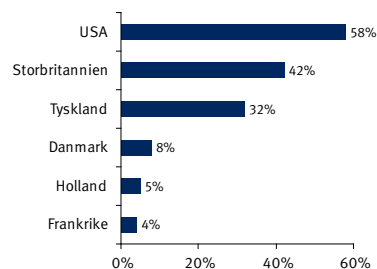
I intervjuundersökningen som har legat till grund för denna rapport ställdes också frågan om negativa erfarenheter vid köp från utländska sajter. De vanligaste anledningarna till detta var att det hade tagit lång tid och att oväntade extrakostnader hade tillkommit.

Ungefär hur ofta handlar du varor på Internet från utlandet? (Sajter på annat språk än svenska och/eller där du vet att företaget finns utanför Sverige)



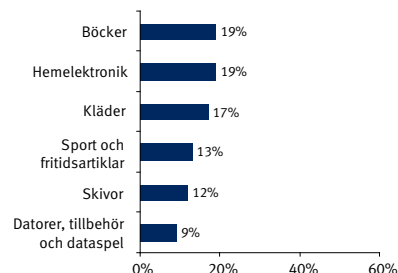
Bas: E-handlat under senaste året  
Svar: minst en gång per år + mer sällan

Från vilka länder har du handlat varor på Internet från utlandet?



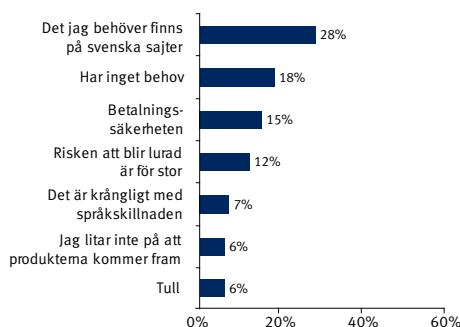
Bas: E-handlat minst en gång från utlandet det senaste året  
(Flera svar möjliga)

Vilka slags varor har du köpt på Internet från utlandet under det senaste året?



Bas: E-handlat minst en gång från utlandet det senaste året  
(Flera svar möjliga)

Varför handlar du inte från utlandet?



Bas: E-handlat men inte från utlandet

## Bilaga – frågor, distanshandelsundersökning

När begreppet distanshandel första gången introducerades för respondenterna i undersökningen användes följande förklaring: "Fysiska varor som du själv köpt via postorderkatalog, svarstalong, Internet, telefon eller TV och du fått levererade hem direkt eller till Postens serviceställen och postombud".

1. Hur väl instämmer du i följande påståenden om distanshandel?
  - Distanshandeln ger landsbygden/glesbygden tillgång till ett större utbud
  - Distanshandeln skapar bättre förutsättningar och sysselsättning för landsbygd/glesbygd
  - Distanshandeln innebär att konsumenterna totalt sett får tillgång till ett större utbud
  - Distanshandeln innebär att priserna totalt sett pressas
2. Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via postorderkatalog, beställningskatalog, Internet, telefon och TV?
3. Vilket beställningssätt använder du oftast vid distanshandel?
4. Vilka slags varor har du köpt på distans under det senaste året?
5. Varför väljer du att köpa varor via distans istället för att köpa dem i butik? (Frågan ställdes i förra årets rapport men resultatet redovisas även i årets)
6. Vad skulle få dig att i större utsträckning välja att handla på distans framför att handla i vanliga butiker?
7. Vilket av följande alternativ anser du vara den allra största fördelen med att handla varor på Internet jämfört med att handla dem i butik?
8. Jämfört med året som gått, tror du att du kommer att köpa fler eller färre varor via Internet/hemsida under det kommande året, eller ungefär lika många?
9. Hur troligt är det att du kommer att börja köpa varor via Internet under det kommande året?
10. Varför köper du inte varor via Internet?
11. Hur tycker du rent allmänt att det fungerar att handla varor på Internet?
12. När du ska köpa en vara på Internet, hur ofta händer det att...
  - du först skaffar en överblick genom att titta på priser på prisjämförelsesajter, som t ex Pricerunner, Kelkoo eller motsvarande?
  - du först tittar på varan i postorderkatalog eller motsvarande?
  - du först tittar på och/eller provar varan i en vanlig butik?
  - du först tittar på varan i en utställningslokal eller utställningsområde, sk showroom
13. Vilka är de enskilt viktigaste egenskaperna hos en "bra" e-handelsajt?
14. Vilken är den vanligaste anledningen till att du avbrutit ett köp på Internet?
15. När en vara som du beställt är färdig att hämta, hur vill du då helst få information om detta?
16. Ungefär hur stor del av de varor som du köper på distans, får du levererade hem till din brevlåda?
17. Ungefär hur ofta handlar du varor på Internet från utlandet? (sajter på annat språk än svenska och/eller där du vet att företaget finns utanför Sverige)
18. Från vilka länder har du handlat varor på Internet från utlandet?
19. Vilka slags varor har du köpt på Internet från utlandet under det senaste året?
20. Varför handlar du inte från utlandet?



