

e-barometern

Q3
2011

Den svenska detaljhandelns utveckling inom e-handeln



SDH
SVENSK DISTANSHANDEL

Posten i samarbete med
Svensk Distanshandel
och HUI Research

HUI
RESEARCH

» FÖRORD

Posten, Svensk Distanshandel och HUI Research presenterar i denna e-barometer en mycket stark prognos inför årets julhandel på nätet. En bidragande orsak till att allt fler konsumenter hanterar sin julhandel via nätet är att tilliten till e-handel ökat. Konsumenterna litar på att e-handelsföretagen levererar och att de kan leverera allt snabbare.

Julen är den mest intensiva perioden för e-handeln och frågor kring säkerheten vid köp på nätet brukar därmed aktualiseras. Därför har vi i denna e-barometer ställt flera frågor till konsumenter och e-handelsföretag om just trygghet och betalning vid e-handel.

De senaste månaderna har det kommit flera rapporter och undersökningar om e-handel. Betalningstjänstföretaget DIBS presenterade till exempel en rapport där de utifrån en konsumentundersökning uppskattade värdet av den svenska e-handeln till 77 miljarder kronor. I det sammanhanget är det

viktigt att observera att DIBS uppskattning inte är jämförbar med den omsättningsstatistik som vi presenterar i e-barometern. Medan e-barometern följer detaljhandelns utveckling inom e-handeln (dvs av fysiska varor) så ingår i DIBS undersökning även beställningar av tjänster såsom resor, hotell och biljetter via internet och nedladdningar av applikationer.

Posten, Svensk Distanshandeln och HUI Research följer sedan 2005 den svenska detaljhandelns utveckling inom e-handeln. Från och med i år har vi ändrat på hur vi genomför konsumentundersökningen. Det gör att frågorna riktade till konsument inte direkt kan jämföras med tidigare år. Däremot har e-handelföretagens försäljningsutveckling redovisats på samma sätt sedan undersökningarna startades.

Stockholm, november 2011

Per Mossberg, Kommunikationsdirektör PostNord
Bo Lindell, VD Svensk Distanshandel
Lena Larsson, VD HUI Research

» INNEHÅLL

Förord	2	Frågor
Sammanfattning	3	om e-barometern
E-handelns utveckling	4	besvaras av:
Tema: Julhandeln.....	8	Arne Andersson,
Tema: Trygghet	14	e-handelsexpert på Posten,
Tema: Böcker/media	21	tel 08-781 68 28
		Bo Lindell,
		VD Svensk Distanshandel,
		tel 033-13 17 70
		Jonas Arnberg,
		analytiker HUI Research,
		tel 08-762 72 90

Om e-barometern

Posten följer i samarbete med Svensk Distanshandel och HUI Research den svenska detaljhandelns utveckling inom e-handeln. Informationen till aktuell e-barometer har samlats in 3–14 oktober och bygger på ett urval av cirka 650 företag med försäljning över internet. Vidare har en undersökning med ett riksrepresentativt urval om 1 000 personer av Sveriges befolkning mellan 18–79 år genomförts mellan 3–12 oktober. Undersökningen har

genomförts med hjälp av TNS SIFOs internet-panel.

E-barometern publiceras en gång per kvartal. E-handel definieras i e-barometern som beställning av varor via internet. Det innebär att beställning av tjänster (t ex resor och hotell) som sker via internet och nedladdningar (t ex musikfiler, filmer och applikationer) inte ingår i undersökningen.

Sammanfattning

» Stark tillväxt för e-handeln trots vacklande konjunktur

Under årets tredje kvartal växte e-handeln med 10,8 procent jämfört med motsvarande period 2010. Det kan jämföras med den traditionella detaljhandeln som i princip visade nolltillväxt (0,4 procent) under tredje kvartalet i år. Den starkaste tillväxten sker inom hemelektronik som efter en dipp under förra kvartalet åter är tillbaka på en tvåsiffrig tillväxttakt.

För helåret 2011 är prognosen att e-handeln med varor omsätter 27,5 miljarder kronor, vilket innebär en ökning med 10,0 procent jämfört med 2010. Optimismen är också fortsatt stark bland e-handelsföretagen. Två av tre tror att deras försäljning kommer att vara större under det fjärde kvartalet 2011 än under motsvarande period förra året.

» Julhandel för 5,4 miljarder

Julhandeln ser också ut att kunna gå klart bättre på nätet än i den traditionella detaljhandeln. I takt med att e-handeln vinner förtroende handlar fler och fler konsumenter sina julklappar på nätet, förvissade om att dagens e-handel levererar varorna i god tid före jul. Årets julhandel med julafton på en lördag gör läget för e-handel perfekt med en hel arbetsvecka innan jul att leverera varorna på.

Prognosen för årets julhandel av varor på nätet uppskattas till 5,4 miljarder kronor. Uppskattningen bygger på de konsumentintervjuer som genomförts inom ramen för e-barometern. Nästan fyra av tio konsumenter kommer att handla julklappar på nätet och allt fler av dessa gör en allt större del av sina julklapps köp framför datorn för att slippa julruschen och trängseln. Den julklapp som klart flest anger att de ska köpa

på nätet är böcker. Den starkast växande varukategorin bedöms dock vara leksaker som i årets julhandel kan få sitt verkliga genombrott i den svenska e-handeln.

» E-handeln upplevs allt säkrare

Att öka tryggheten och betalningssäkerheten är ständigt prioriterade frågor för e-handeln. Det är också något som har uppfattats av konsumenterna. Nästan hälften av de tillfrågade konsumenterna anser att det blivit säkrare att handla på nätet under de senaste två åren. Endast tre procent upplever att det blivit mindre säkert.

De viktigaste faktorerna för att konsumenten ska känna sig trygg att handla från en e-handelsajt är att sajten har ett välkänt varumärke, erbjuder tydlig kontaktinformation och har flera betalningsalternativ. Helst vill konsumenterna betala sina e-handlade varor med faktura. Därefter kommer kontokortsköp och direktbetalning via bank. Faktura väljs av konsumenterna framför allt för att det upplevs som säkrare medan kontokortets styrka upplevs vara enkelheten. De som föredrar bankbetalning väljer detta betalningssätt lika ofta för att det upplevs som säkrare och enklare.

» Fortsatt tillväxt för e-handel av böcker/media – trots allt fler digitala alternativ

Trots att det erbjuds allt fler digitala format och inköpsätt föredrar konsumenterna i Sverige att e-handla böcker och media i fysisk form och få varan hemskickad. Tydligast är det för böcker, filmer och TV-/dataspel. Inom musik vinner de digitala alternativen mark, särskilt i den yngsta åldersgruppen, de mellan 18–29 år. Där återfinns å andra sidan samtidigt den största andelen av dem som väljer att köpa fysiska böcker på nätet.

Stark tillväxt för e-handeln trots vacklande konjunktur

e-barometern för andra kvartalet 2011 framgick att e-handeln lyckades stå emot det allt mer osäkra ekonomiska klimatet och fortsätta ta andelar av den totala detaljhandeln. Denna utveckling har förstärkts under årets tredje kvartal då e-handeln växte med 10,8 procent jämfört med motsvarande kvartal 2010. Det kan jämföras med den traditionella detaljhandeln som i princip visade nolltillväxt (0,4 procent) under tredje kvartalet i år.

Prognosen för helåret 2011 har också skrivits upp något i denna e-barometer jämfört med den föregående. Totalt förväntas e-handeln med varor omsätta 27,5 miljarder kronor under 2011, vilket skulle innebära en tillväxt på 10,0 procent.

Förklaringarna till e-handelns starka ställning framgår både i konsumentundersökningen och i företagsundersökningen som genomförs inom ramen för e-barometern. Det är idag en självklar och naturlig del av vardagen för både män och kvinnor i alla åldrar att handla varor på nätet. Sju av tio (71 procent) konsumenter uppger att de har handlat varor på nätet under årets tredje kvartal.

De flesta e-handelsföretag har också haft en positiv försäljningsutveckling under perioden. Drygt

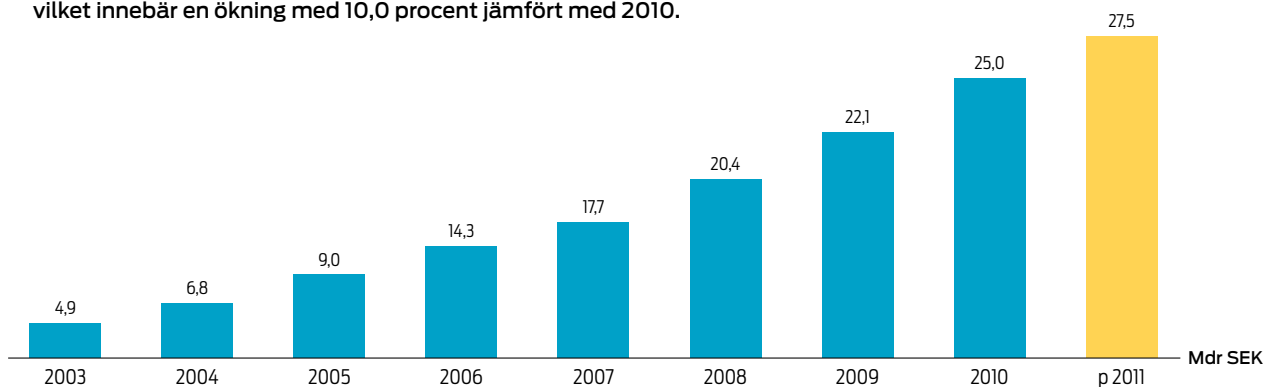
sex av tio e-handelsföretag (64 procent) uppger att deras försäljning har ökat jämfört med motsvarande kvartal 2010. Endast två av tio (20 procent) har haft en minskad försäljning.

Trots att den europeiska skuldcrisen riskerar att dra in Sverige i en ny lågkonjunktur är optimismen fortsatt stark hos e-handelsföretagen. Så många som två av tre e-handelsföretag (67 procent) tror att deras omsättning kommer att öka under fjärde kvartalet i år jämfört med motsvarande period 2010. Endast ett företag av tio tror att försäljningen kommer att minska.

E-handelns tre dominerande segment har utvecklats i olika riktning under den aktuella mätperioden. Hemelektronik, det största delsegmentet, har återigen skruvat upp farten och växte med 13 procent jämfört 8 procent kvartalet innan. För kläder och skor har utvecklingen varit den motsatta med en avmattning i tillväxt från 13 till 8 procent. Det tredje huvudsegmentet, böcker/media, ligger relativt still. Givet den explosionsartade utveckling som böcker/media upplevt på nätet under flera års tid, och den ökade andelen digitala alternativ till exempelvis CD-skivor och DVD-filmer, är avmattningen i tillväxttakt naturlig.

Prognos för omsättning 2011: 27,5 miljarder kronor

Tillväxten för e-handeln av varor förväntas fortsätta under 2011 trots den vikande konjunkturen och den allt djupare globala ekonomiska krisen. Det finns en fortsatt optimism bland såväl e-handelsföretag som konsumenter. Prognoserna har också skrivits upp något jämfört med andra kvartalet. Den svenska e-handeln förväntas omsätta 27,5 miljarder kronor under helåret 2011 vilket innebär en ökning med 10,0 procent jämfört med 2010.



E-handelns omsättning 2003–2011, miljarder kronor, utfall och prognos.

E-handeln med hemelektronik växte starkt under kvartal tre 2011

Hemelektronik är idag det största delsegmentet inom e-handeln och omsatte 6 miljarder 2010. Det var också det delsegment som växte starkast under det tredje kvartalet, 13 procent. Kläder och skor som är näst störst, hade en något svagare tillväxt.

Böcker och media, som under senare år växt explosionsartat på nätet, visade en fortsatt måttlig tillväxt på 3 procent. Totalt växte e-handeln med 10,8 procent på nätet jämfört med motsvarande kvartal 2010.

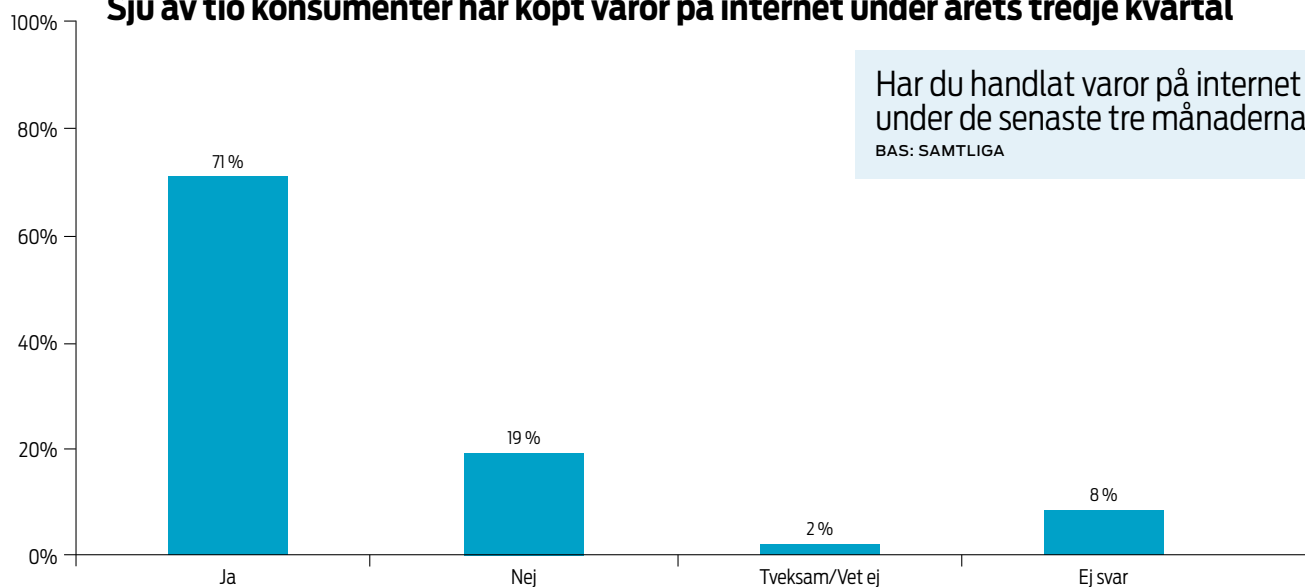
Bransch	Omsättning 2010 (miljarder kr ca)
Hemelektronik	6
Kläder/skor	5,5
Böcker/media	3
Övrigt	10,5
Totalt	25

Bransch	Tillväxt Q3 2011
Hemelektronik	13 %
Kläder/skor	8 %
Böcker/media	3 %
Övrigt	13 %
Totalt	10,8 %

» E-handelns utveckling

■ Q3 2011

Sju av tio konsumenter har köpt varor på internet under årets tredje kvartal



Har du handlat varor på internet under de senaste tre månaderna?

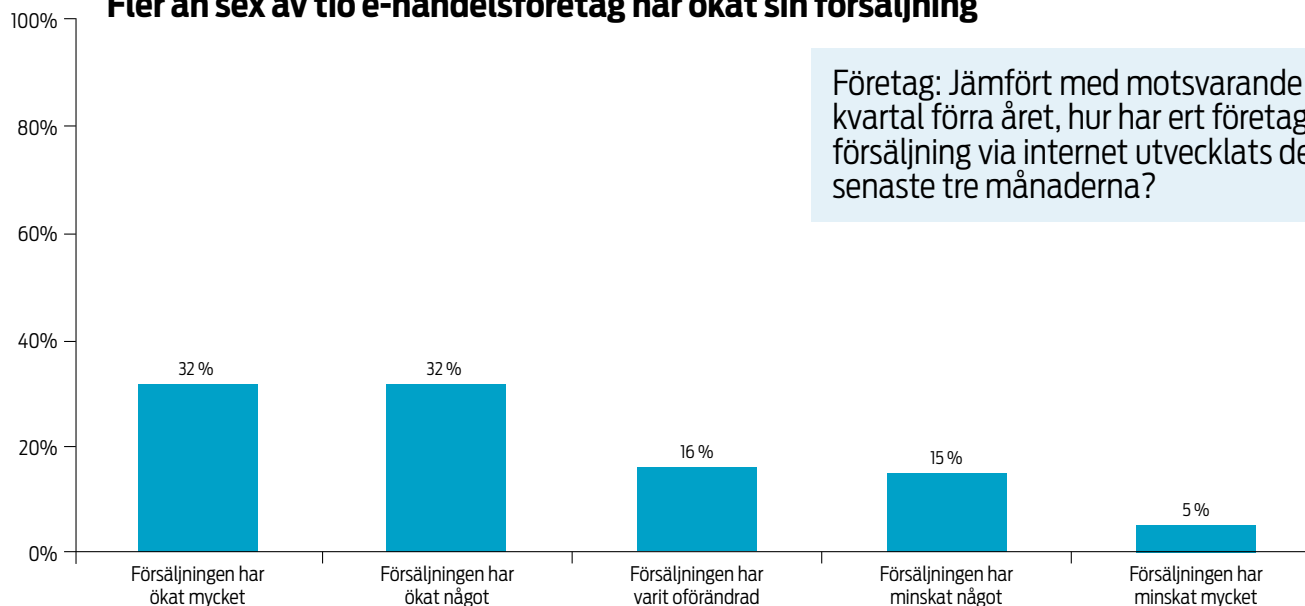
BAS: SAMTLIGA

Sju svenskar av tio mellan 18–79 år har köpt varor på internet under årets tredje kvartal. Mest utbredd är handeln i den yngsta

åldersgruppen, de mellan 18–29 år. I denna grupp svarar 83 procent att de handlat varor på nätet under perioden.

■ Q3 2011

Fler än sex av tio e-handelsföretag har ökat sin försäljning



Företag: Jämfört med motsvarande kvartal förra året, hur har ert företags försäljning via internet utvecklats de senaste tre månaderna?

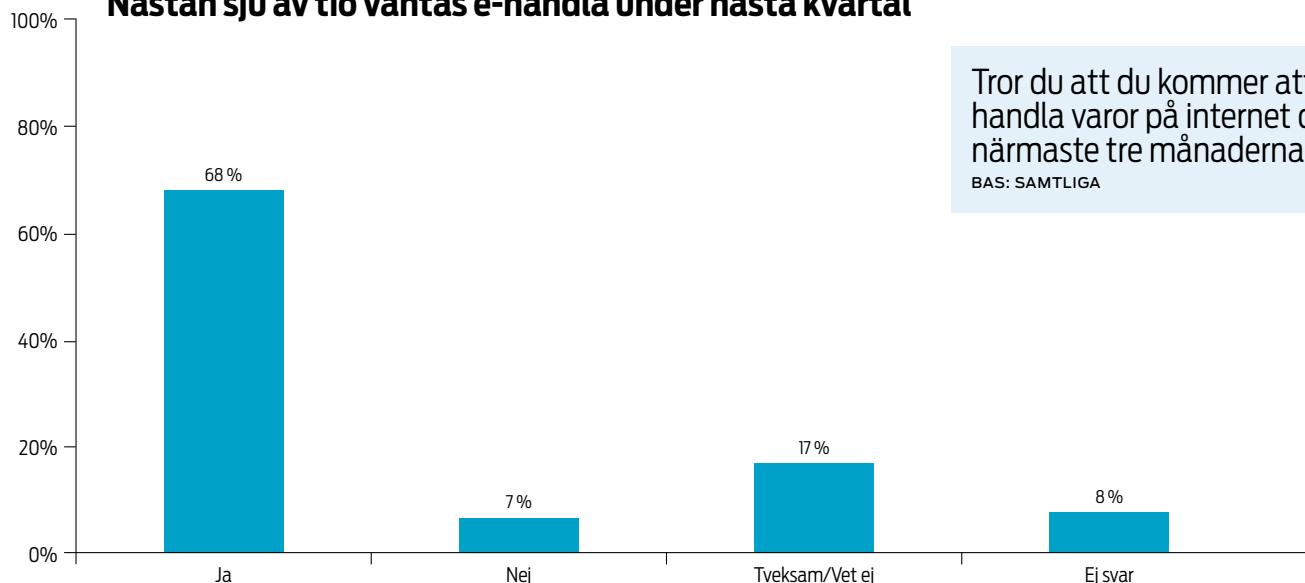
Försäljningen har ökat för drygt sex av tio (64 procent) av e-handelsföretagen under årets andra kvartal jämfört med motsvarande period

2010. Ett av tre företag har upplevt en kraftig försäljningsökning. Endast ett av fyra företag uppger att deras försäljning har minskat.

» E-handelns utveckling

■ Q3 2011

Nästan sju av tio väntas e-handla under nästa kvartal



Tror du att du kommer att handla varor på internet de närmaste tre månaderna?

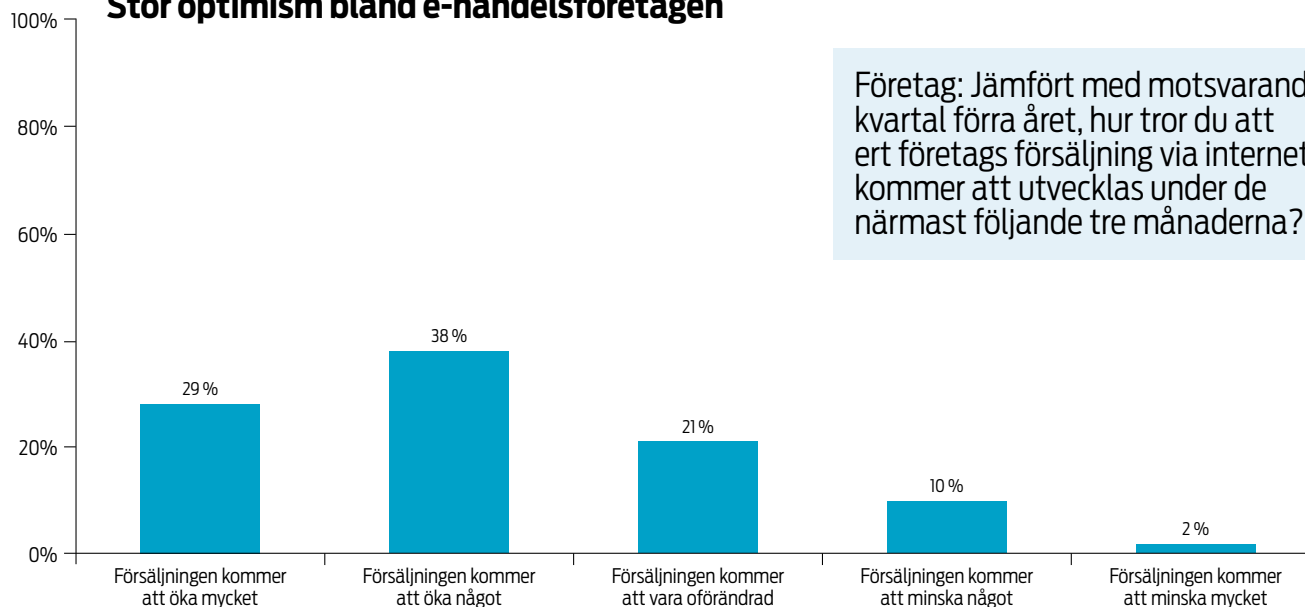
BAS: SAMTLIGA

Nästan sju av tio konsumenter tror att de kommer handla varor på internet under den kommande tremånadersperioden. Det gäller såväl män som kvinnor. Den yngsta åldersgruppen fortsätter

att sticka ut men även bland konsumenter mellan 65–79 år är e-handeln utbredd. I denna åldersgrupp tror 50 procent att de kommer att e-handla under den aktuella perioden.

■ Q3 2011

Stor optimism bland e-handelsföretagen



Företag: Jämfört med motsvarande kvartal förra året, hur tror du att ert företags försäljning via internet kommer att utvecklas under de närmast följande tre månaderna?

Två av tre företag tror på en ökad försäljning under de kommande tre månaderna. Tre av tio tror att försäljningen kommer att

öka mycket. Endast vart tionde företag förväntar sig att deras försäljning ska minska.

Julhandel för 5,4 miljarder på nätet

Konsumenterna i Sverige bedöms i år handla julklappar på nätet för 5,4 miljarder kronor. Tyvärr är det inte möjligt att jämföra prognosen med tidigare år, men utifrån de konsument- och företagsundersökningar som ligger till grund för e-barometern är det mycket som tyder på att julhandeln på nätet växer kraftigt i år och kommer att gå bättre än i den traditionella detaljhandeln. I takt med att e-handeln vinner förtroende handlar allt fler konsumenter sina julklappar på nätet, förvisade om att dagens e-handelsföretag levererar varorna i god tid före jul. Årets julhandel med julafton på en lördag gör läget för e-handel perfekt med en hel arbetsvecka innan jul att leverera varorna på.

Förra året köpte drygt var tredje konsument (35 procent) julklappar på nätet. Inför den stundande julen anger 36 procent att de kommer handla nätklappar. Tre av tio har ännu inte bestämt sig. Det finns alltså potential för att andelen som kommer att lägga sina julklapps köp på nätet ökar ytterligare. Dessutom svarar 16 procent av dem som köpte julklappar på nätet förra året att de kommer att lägga en relativt sett större andel av sina totala julklapps köp på nätet i år.

Optimismen bland e-handelsföretagen inför den stundande julhandeln är också påtaglig. Drygt hälften (53 procent) har prognostiserat för en

försäljningsökning. Ett företag av tre (31 procent) tror att försäljningen kommer att öka med mer än 20 procent.

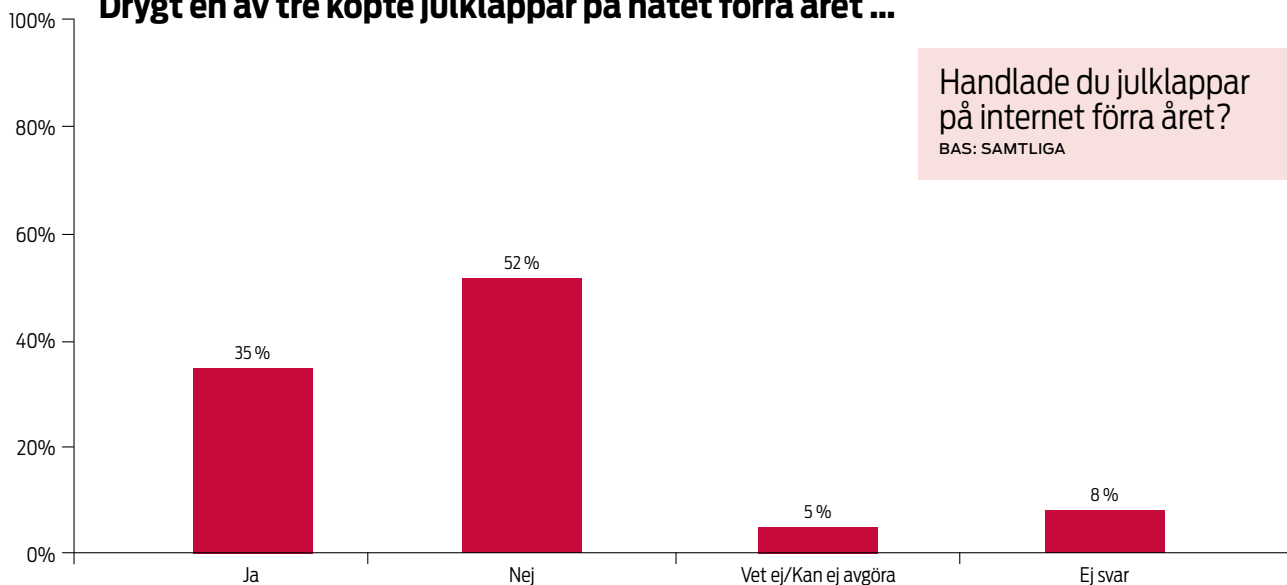
De konsumenter som e-julhandlar kommer i genomsnitt handla varor för 2143 kronor. Män planerar att lägga ett något större belopp än kvinnor på julklappar på nätet, 2393 mot 1925 kronor. Den åldersgrupp som planerar att spendera mest är 50–64-åringar med i genomsnitt 2662 kronor.

Favoritjulklappen framför alla andra på nätet är en bok som fler än sex av tio julklappshandlare på nätet, planerar att handla. Därefter kommer DVD-film som fyra av tio anger (39 procent). Den kategori som ser ut att växa kraftigast på nätet i årets julhandel är dock leksaker, som 27 procent anger. I e-barometern för ett år sedan (som dock gjordes med annan metod) hamnade leksaker långt ned på listan. När männens och kvinnornas topp tre-listor jämförs finns både DVD-filmer och böcker med. Skillnaden är att på männens lista finns även hemelektronik medan det på kvinnornas lista även står kläder.

Faktorer som på olika sätt relaterar till julruschen är de främsta anledningarna till varför man som konsument väljer att handla julklappar på nätet. Man vill slippa trängas, spara tid och handla på ett bekvämare sätt.

■ Q3 2011

Drygt en av tre köpte julklappar på nätet förra året ...



Handlade du julklappar på internet förra året?

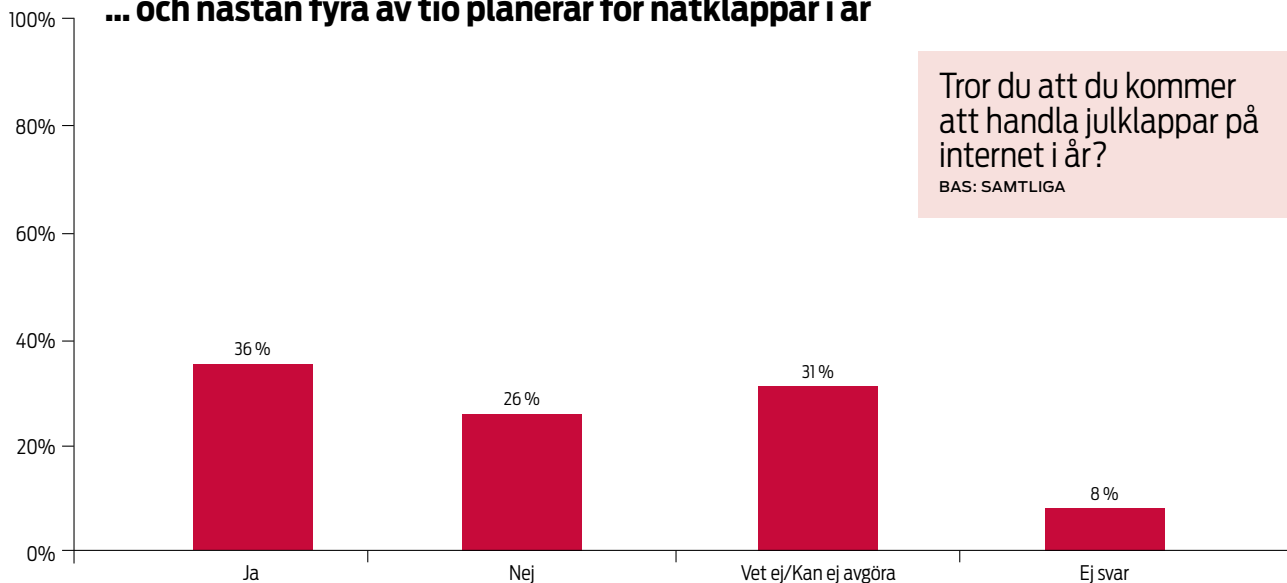
BAS: SAMTLIGA

Drygt var tredje konsument köpte julklappar på nätet förra året. Kvinnor var klart överrepresenterade i denna

grupp. Fyra av tio kvinnor valde detta sätt att köpa julklappar. Motsvarande andel bland män var tre av tio.

■ Q3 2011

... och nästan fyra av tio planerar för nätklappar i år



Tror du att du kommer att handla julklappar på internet i år?

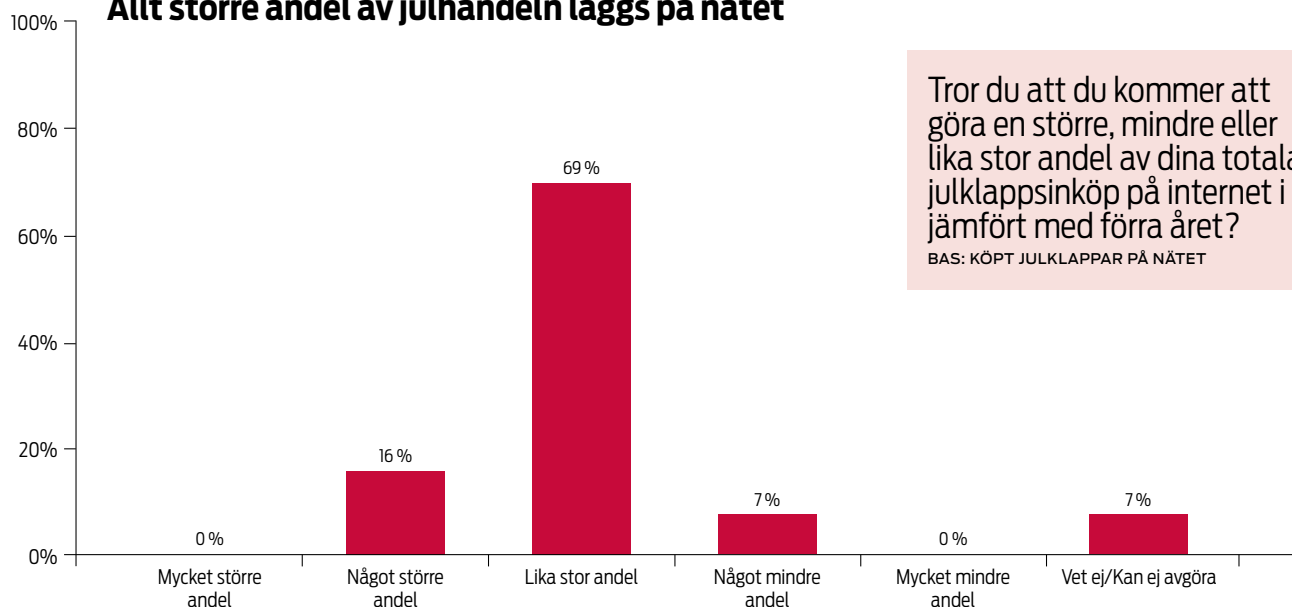
BAS: SAMTLIGA

Drygt var tredje konsument har redan bestämt sig för att köpa julklappar på nätet i år. Enbart en av fyra säger bestämt nej. Särskilt positiva till nätklappar

är de mellan 30-49 år. Tre av tio hade ännu inte bestämt sig när undersökningen gjordes i början av oktober.

■ Q3 2011

Allt större andel av julhandeln läggs på nätet



Tror du att du kommer att göra en större, mindre eller lika stor andel av dina totala julklappsinköp på internet i år jämfört med förra året?

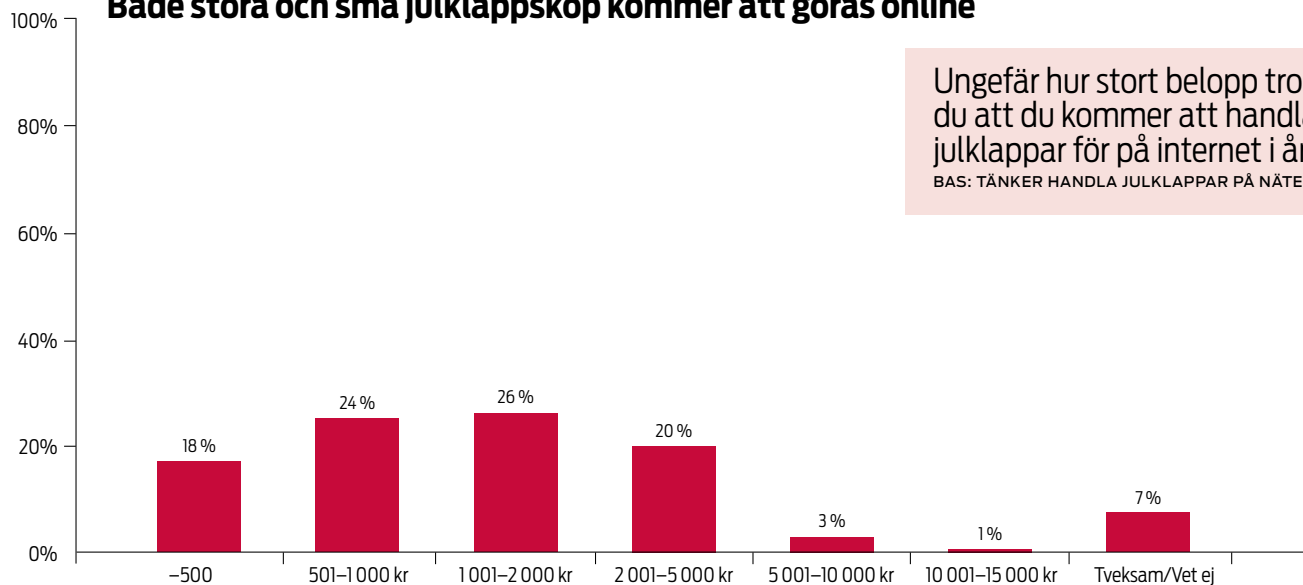
BAS: KÖPT JULKLAPPAR PÅ NÄTET

En av sex (16 procent) som e-handlat julklappar förut planerar att lägga en större andel av sina totala julklapps-

inköp på nätet jämfört med förra året. Framför allt är detta mönster tydligt bland kvinnor där andelen är 21 procent.

■ Q3 2011

Både stora och små julklappsköp kommer att göras online



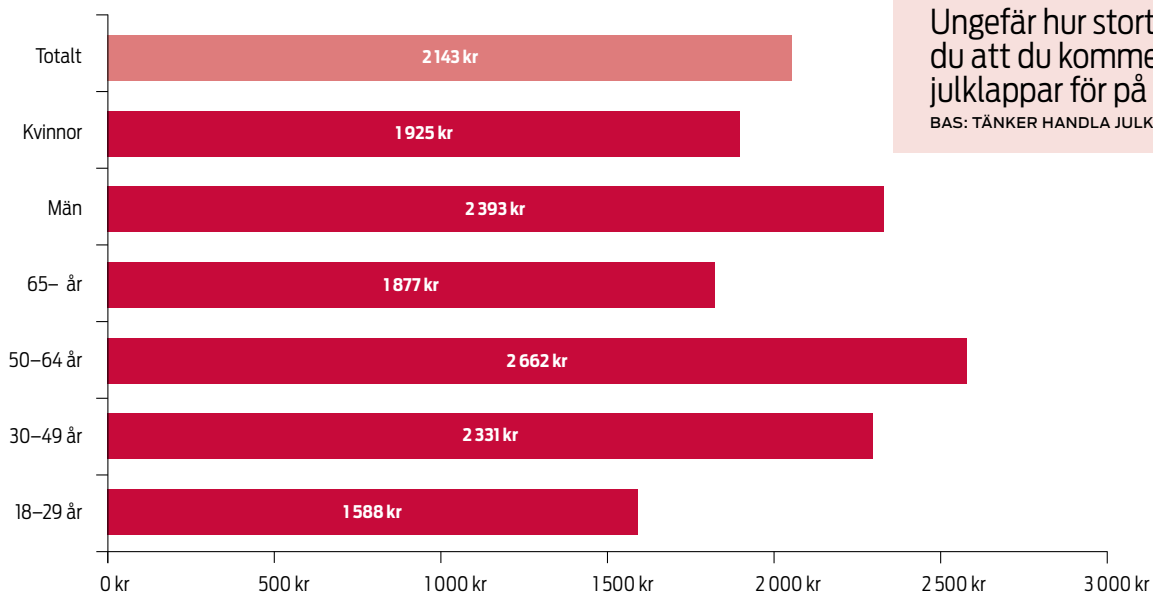
Ungefär hur stort belopp tror du att du kommer att handla julklappar för på internet i år?

BAS: TÄNKER HANDLA JULKLAPPAR PÅ NÄTET

Drygt 40 procent av de tillfrågade som e-julhandlar planerar att köpa julklappar på nätet för maximalt 1000 kronor. Nästan hälften kommer att handla för mellan 1000-5000

kronor. Det finns också en liten grupp konsumenter som planerar att lägga så stora belopp som mellan 5000-15000 kronor på nätklappar.

Nätklappar för i genomsnitt 2 143 kronor per konsument som e-julhandlar



Ungefär hur stort belopp tror du att du kommer att handla julklappar för på internet i år?

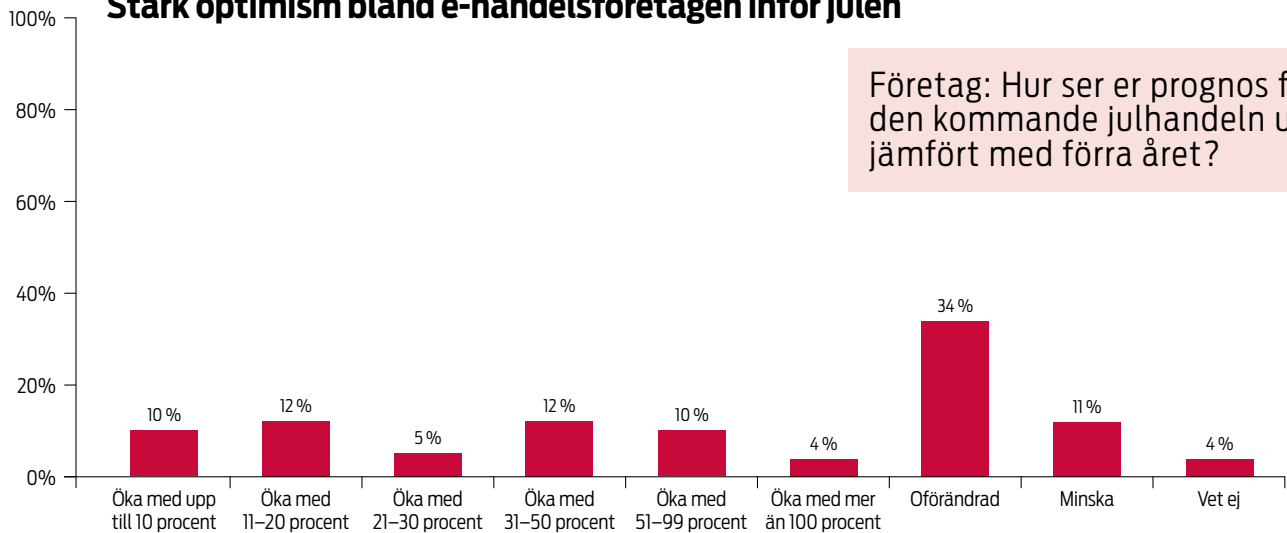
BAS: TÄNKER HANDLA JULKLAPPAR PÅ NÄTET

De konsumenter som planerar att köpa julklappar på nätet kommer i genomsnitt att lägga 2 143 kronor på nätklapparna. Störst belopp planerar 50-64-åringar att lägga, 2 662 kronor.

Baserat på de konsumentintervjuer som genomförts har en prognos för julhandeln av fysiska varor på nätet beräknats. Den uppskattas till 5,4 miljarder kronor.

■ Q3 2011

Stark optimism bland e-handelsföretagen inför julen



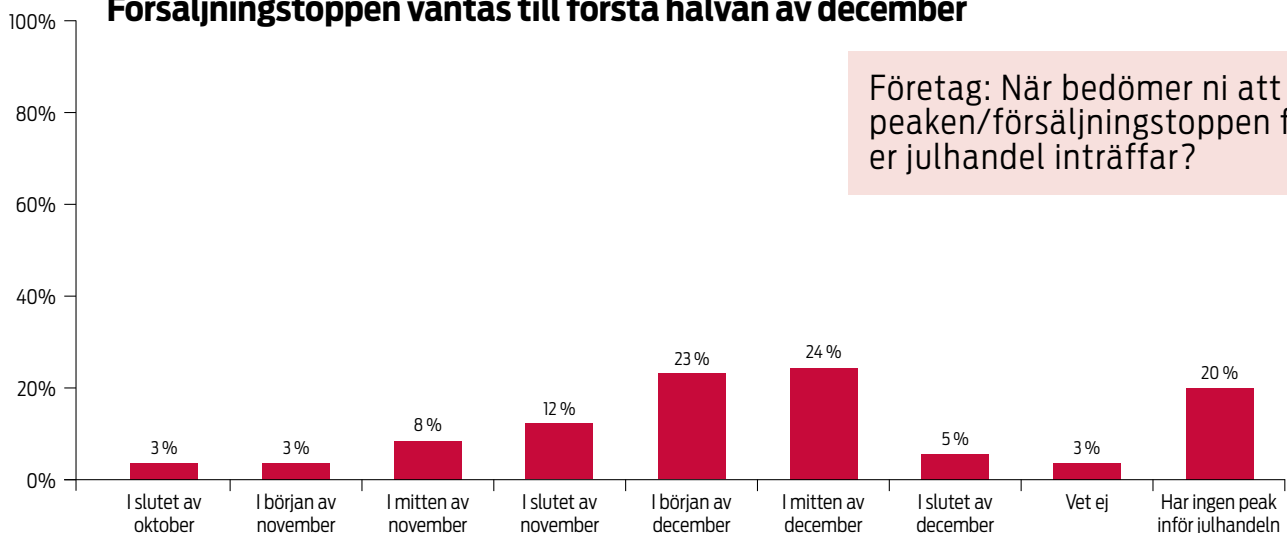
Företag: Hur ser er prognos för den kommande julhandeln ut jämfört med förra året?

Drygt hälften av de tillfrågade företagen prognostiserar en ökad försäljning inför julen jämfört med 2010. Fler än tre av tio (31 procent) tror att

försäljningen kommer att öka med 20 procent eller mer. Enbart vart tionde intervjuat e-handelsföretag tror på en negativ försäljningsutveckling inför julen.

■ Q3 2011

Försäljningstoppen väntas till första halvan av december



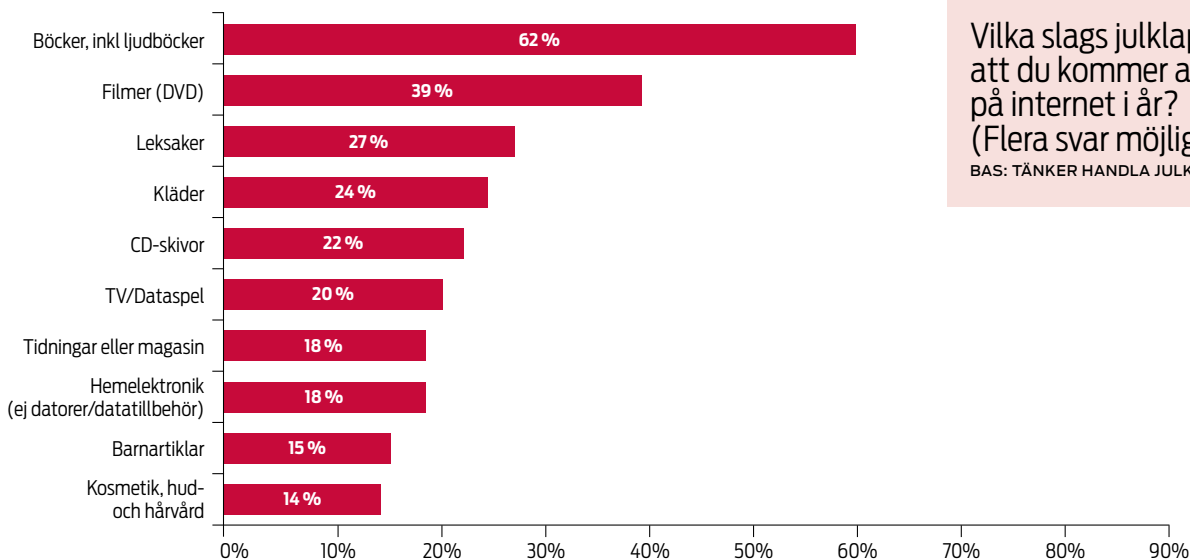
Företag: När bedömer ni att peaken/försäljningstoppen för er julhandel inträffar?

Julhandeln på nätet är relativt koncentrerad. Nästan två av tre e-handelsföretag bedömer att deras försäljningstopp kommer att inträffa under den sista

månaden inför julen. Jämfört med förra årets mätning har det skett en förskjutning av försäljningstoppen närmare julafton.

Böcker och filmer populäraste julklapparna att handla online

Q3 2011



Vilka slags julklappar tror du att du kommer att handla på internet i år? (Flera svar möjliga)

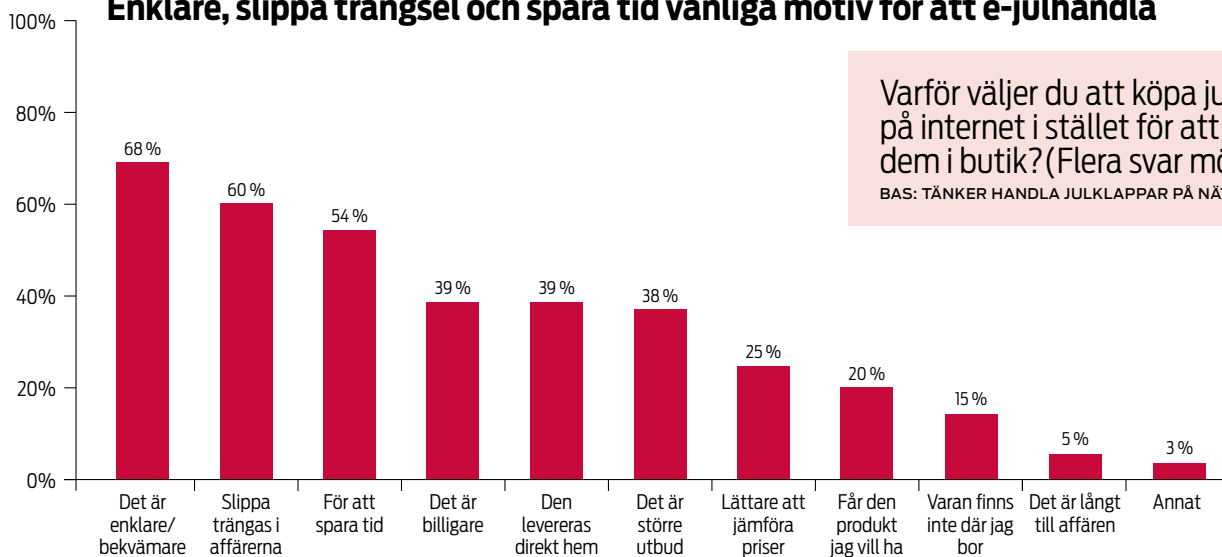
BAS: TÄNKER HANDLA JULKLAPPAR PÅ NÄTET

Favoritjulklappen på nätet är en bok. Drygt sex av tio som tänker e-handla julklappar i år, planerar att köpa böcker. Boken är det populäraste valet i alla åldrar. Mest populär är

den bland 65–79-åringar där drygt tre av fyra (77 procent) planerar att näthandla julklappsböcker.

Enklare, slippa trängsel och spara tid vanliga motiv för att e-julhandla

Q3 2011



Varför väljer du att köpa julklappar på internet i stället för att köpa dem i butik? (Flera svar möjliga)

BAS: TÄNKER HANDLA JULKLAPPAR PÅ NÄTET

Två av tre väljer att köpa julklappar på internet därför att det är enklare/bekvämare. Nästan lika många (60 procent) gör

det för att slippas trängas i affärerna. Drygt hälften väljer att lägga sina julklappsinköp på nätet för att kunna spara tid.

E-handeln upplevs allt säkrare

Trygghet och betalningssäkerhet är ständigt aktuella och centrala frågor för e-handeln. Det omedelbara förtroende som skapas när säljare och köpare möts fysiskt måste uppstå även på nätet för att konsumenten ska vilja genomföra ett köp. En övervägande majoritet (73 procent) av de tillfrågade företagen upplever att betalningssäkerheten inom e-handeln har förbättrats under de senaste två åren.

Det är också en bild som bekräftas av e-handelskonsumenterna och det är tydligt att e-handelsansträngningar har burit frukt i detta led. Hälften av de tillfrågade e-handelskonsumenterna anser att säkerheten kring betalningar har förbättrats de senaste två åren. Endast 3 procent menar att den försämrats.

På frågan om vad som skapar trygghet att handla från en e-handelsajt pekar konsumenterna på ett flertal faktorer. Det handlar ytterst om tre huvudområden – varumärke, kontaktinformation och betalningsalternativ. Allra viktigast är att kunna handla från ett känt varumärke, vilket nästan sex av tio konsumenter lyfter fram. Betydelsen av tydliga kontaktuppgifter pekar var tredje på och nästan lika många trycker på vikten av att kunna välja mellan olika betalningsalternativ.

En av de mer specifika faktorer som konsumenterna anser skapar trygghet är att sajten är märkt med symbolen Trygg E-handel, vilket innebär att den är testad av Svensk Distanshandel (SDH) enligt ett antal kriterier och lever upp till vissa säkerhetskrav. Symbolen är välkänd bland konsumenter.

Enligt en mätning genomförd av SDH 2010 känner drygt sex av tio konsumenter till den.

Av de tillfrågade företagen är nästan tre av fyra anslutna till certifieringen Trygg E-handel. Det främsta skälet för att ansluta sig är enligt de tillfrågade företagen att det sänder en tydlig signal till kunderna att de kan känna sig trygga att handla från företagets sajt. Flera pekar också på att anslutningen driver på det interna kvalitetsarbetet.

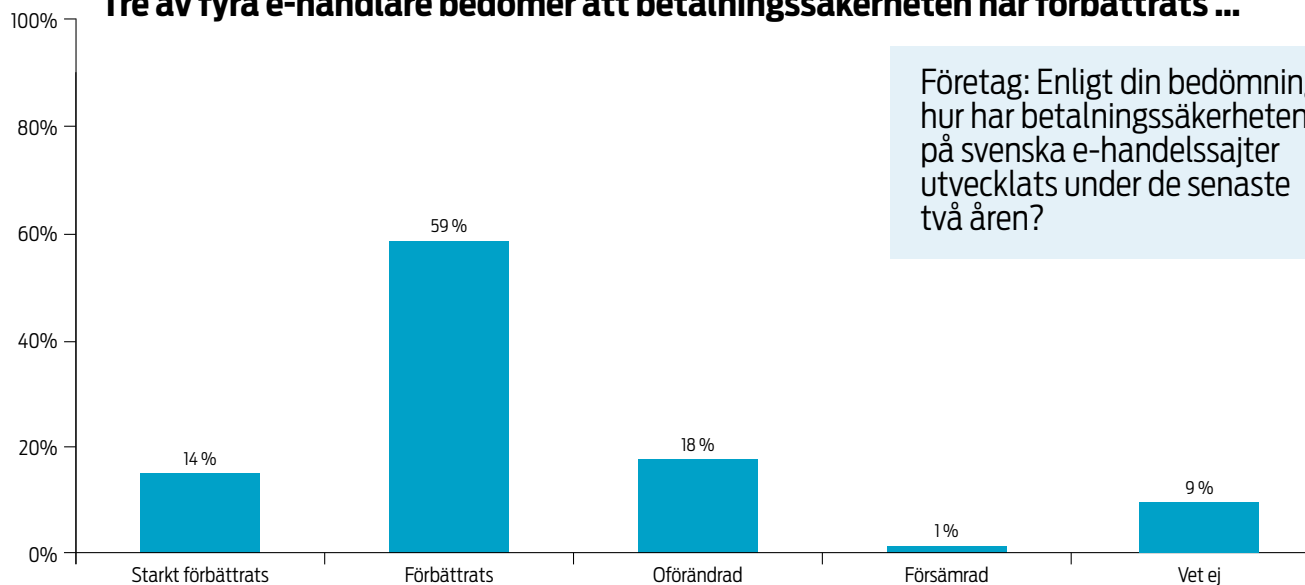
Vikten av olika betalningsalternativ vid e-handelsköp understryks i konsumentintervjuerna. De betalningssätt som flest föredrar är faktura i efterskott (43 %), kontokort eller kreditkort (26 %) och direktbetalning genom den egna banken (24 %). De som väljer fakturabetalning gör det för att det upplevs som säkrare medan kontokort primärt väljs för att det upplevs som enklare. Bankbetalningar väljs i lika stor utsträckning av båda skälen.

Ett av de initiativ som utvecklats av kortföretagen för att göra kortbetalningar ännu säkrare är 3D Secure som innebär att ett särskilt lösenord eller bankdosa används vid köpet. 3D Secure är också något som uppskattas i konsumentledet. Av dem som använt detta sätt att betala svarar tre av fyra att det känns tryggare.

E-handelsföretagen har också fortsatt fokus på att förbättra tryggheten för kunderna. De tre viktigaste åtgärderna det kommande året är att utveckla kundtjänsten, erbjuda fler betalningsalternativ och införa eller förbättra möjligheten för kunden att lämna egna omdömen om sajten eller produkter.

■ Q3 2011

Tre av fyra e-handlare bedömer att betalningssäkerheten har förbättrats ...



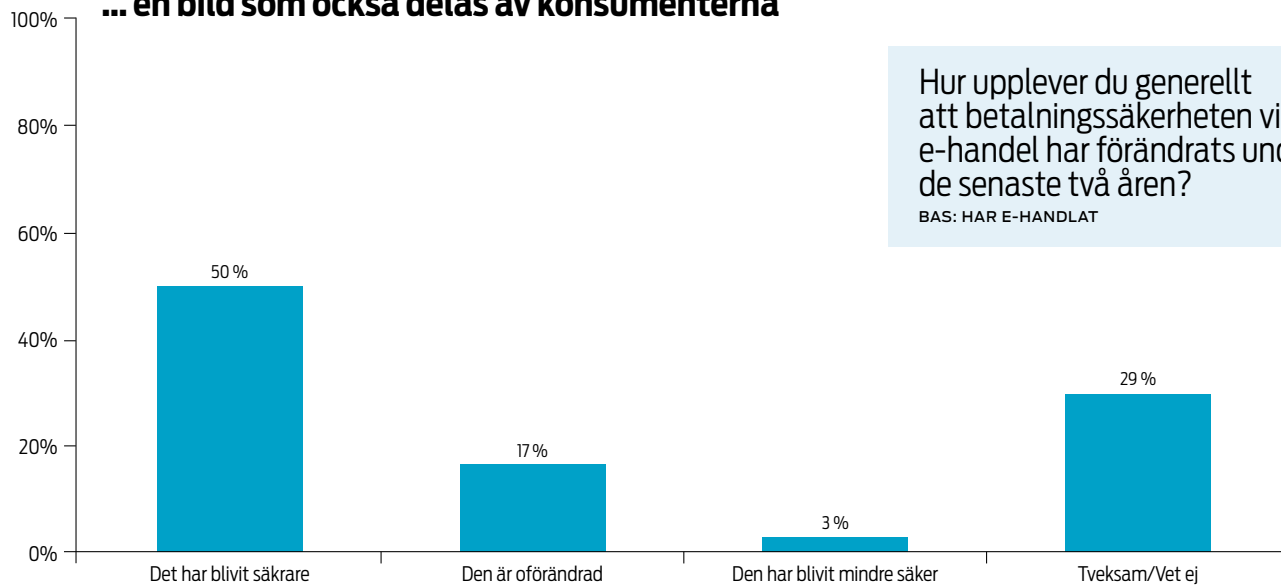
Företag: Enligt din bedömning, hur har betalningssäkerheten på svenska e-handelssajter utvecklats under de senaste två åren?

Bilden av en förbättrad betalningssäkerhet på svenska e-handelssajter är mycket tydlig bland de intervjuade e-handelsföretagen. Nästan tre av fyra

(73 procent) bedömer att den har förbättrats under de senaste två åren. Endast 1 procent menar att den har försämrats.

■ Q3 2011

... en bild som också delas av konsumenterna



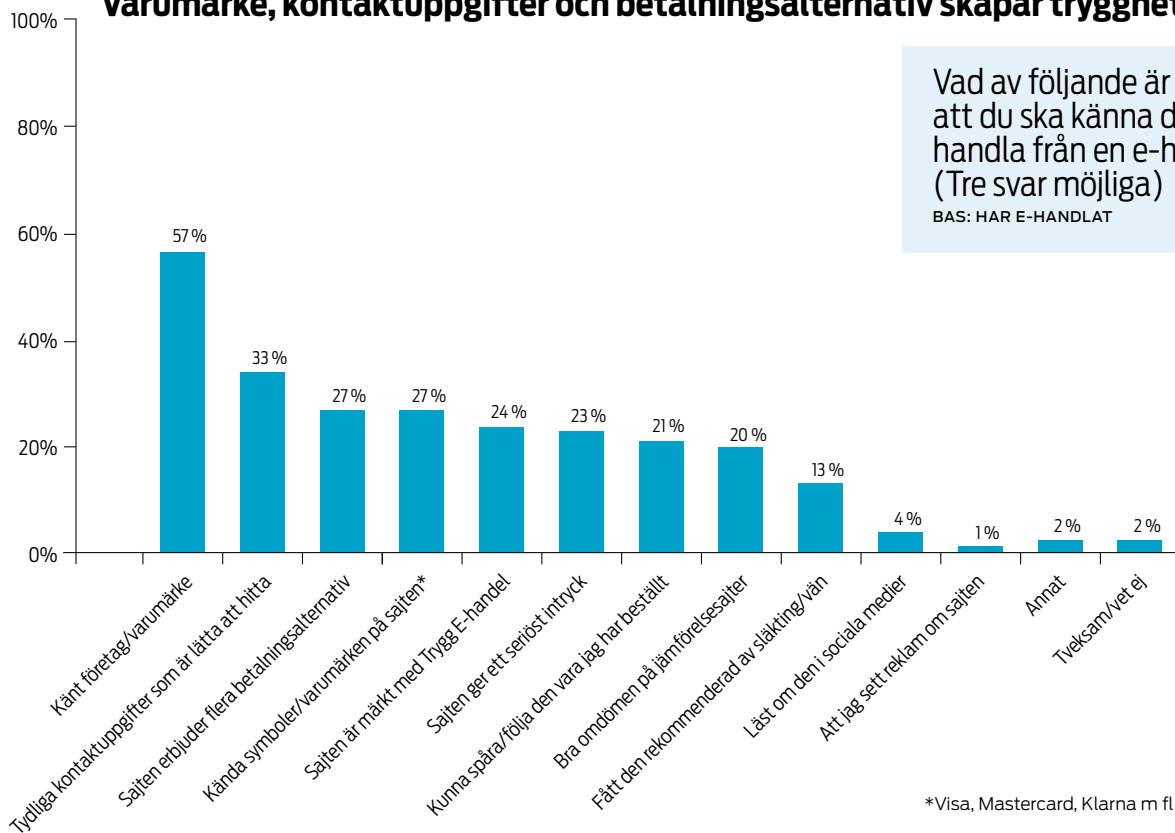
Hur upplever du generellt att betalningssäkerheten vid e-handel har förändrats under de senaste två åren?

BAS: HAR E-HANDLAT

E-handelns ansträngningar kring betalningssäkerhet har fått tydligt genomslag i konsumentledet. Av de tillfrågade konsumenterna anser hälften att

betalningssäkerheten har förbättrats under de senaste två åren. Enbart 3 procent menar att den har försämrats.

Varumärke, kontaktuppgifter och betalningsalternativ skapar trygghet



Vad av följande är viktigast för att du ska känna dig trygg att handla från en e-handelsajt? (Tre svar möjliga)

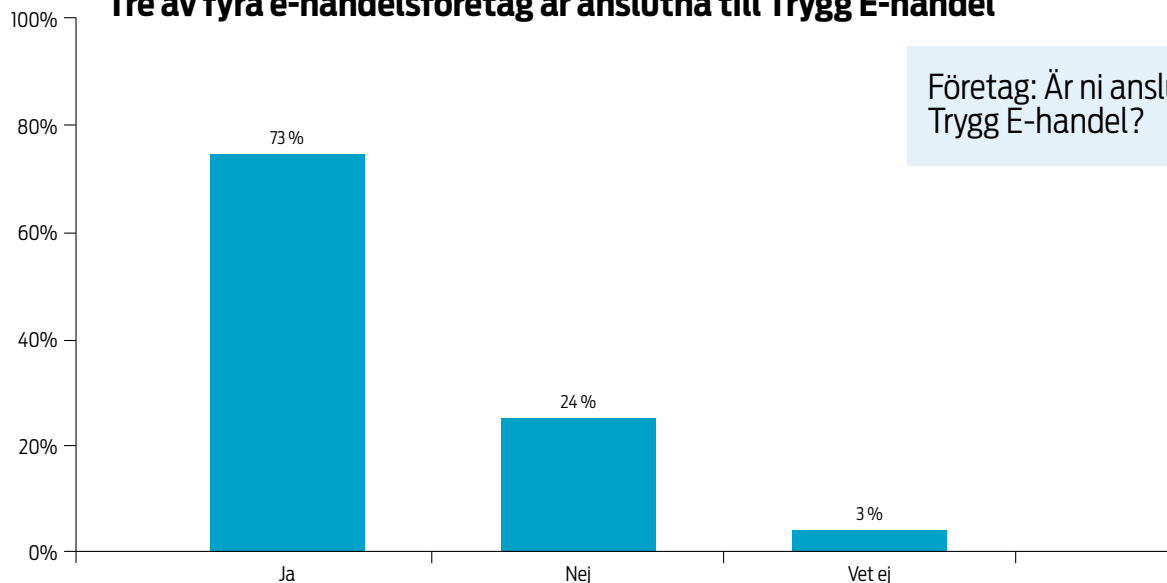
BAS: HAR E-HANDLAT

De viktigaste faktorerna för att en konsument ska känna sig trygg att handla från en e-handelsajt är att det är ett känt företag/varumärke, har tydliga kontaktuppgifter på sajten samt erbjuder

olika betalningsalternativ. Var fjärde tillfrågad pekar också på Trygg E-handel som en viktig symbol. Särskilt viktig är den bland konsumenterna mellan 18–29 år där 31 procent lyfter fram den.

Q3 2011

Tre av fyra e-handelsföretag är anslutna till Trygg E-handel



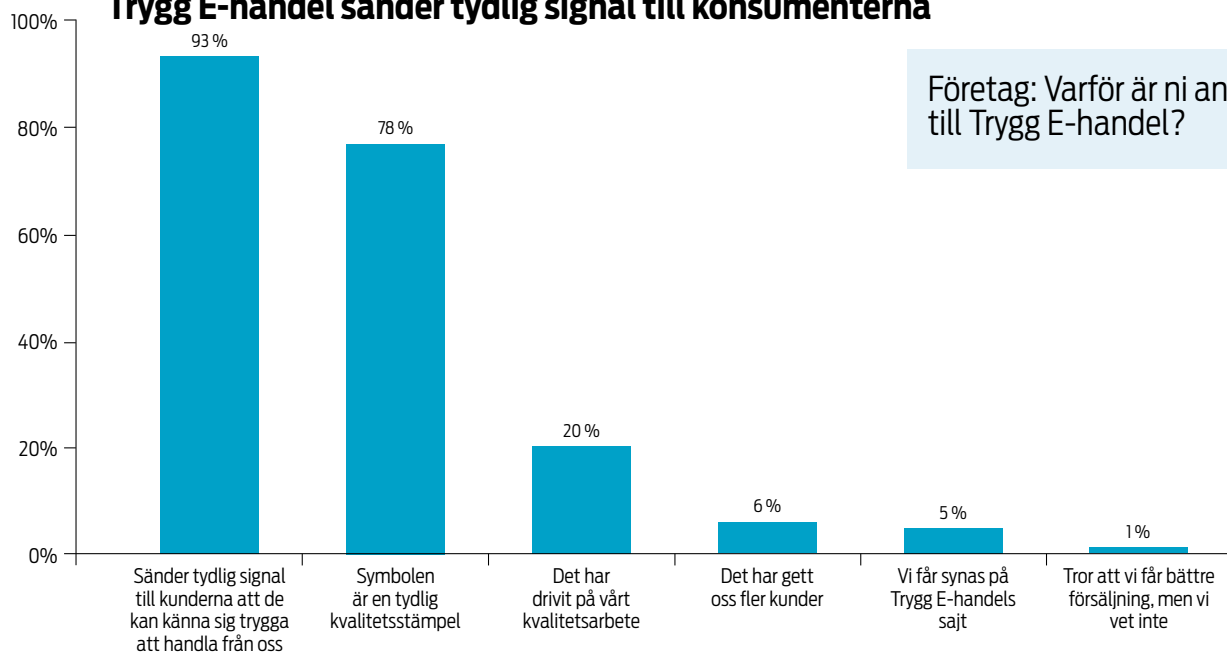
Företag: Är ni anslutna till Trygg E-handel?

Av de tillfrågade e-handelsföretagen svarade nästan tre av fyra att de är anslutna till Trygg E-handel. (För att få använda symbolen och bli certifierade krävs att

e-handelsföretaget når upp till en 12-punkters kravlista som utarbetats av ett flertal av e-handelns intressenter. Källa: www.tryggehandel.se)

Q3 2011

Trygg E-handel sänder tydlig signal till konsumenterna



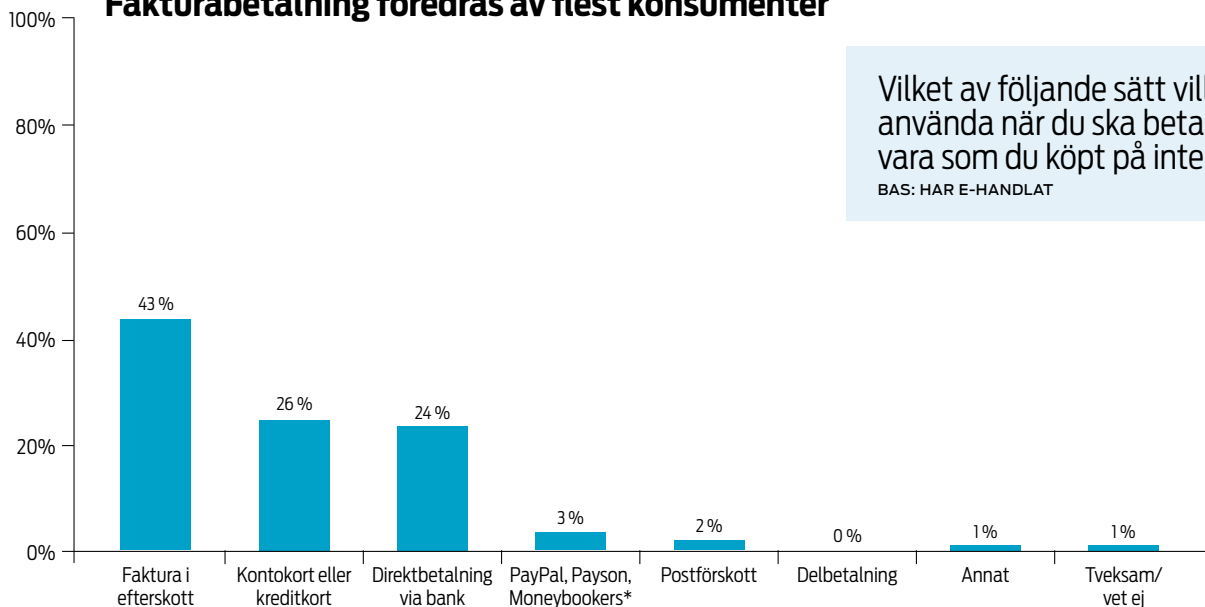
Företag: Varför är ni anslutna till Trygg E-handel?

Det främsta skälet för varför företagen har valt att ansluta sig till Trygg e-handel är att det sänder en stark signal om trygghet till konsumenterna.

Många av företagen menar också att det är en tydlig kvalitetsstämpel samt att det driver på det interna kvalitetsarbetet.

Q3 2011

Fakturabetalning föredras av flest konsumenter



Vilket av följande sätt vill du helst använda när du ska betala för en vara som du köpt på internet?

BAS: HAR E-HANDLAT

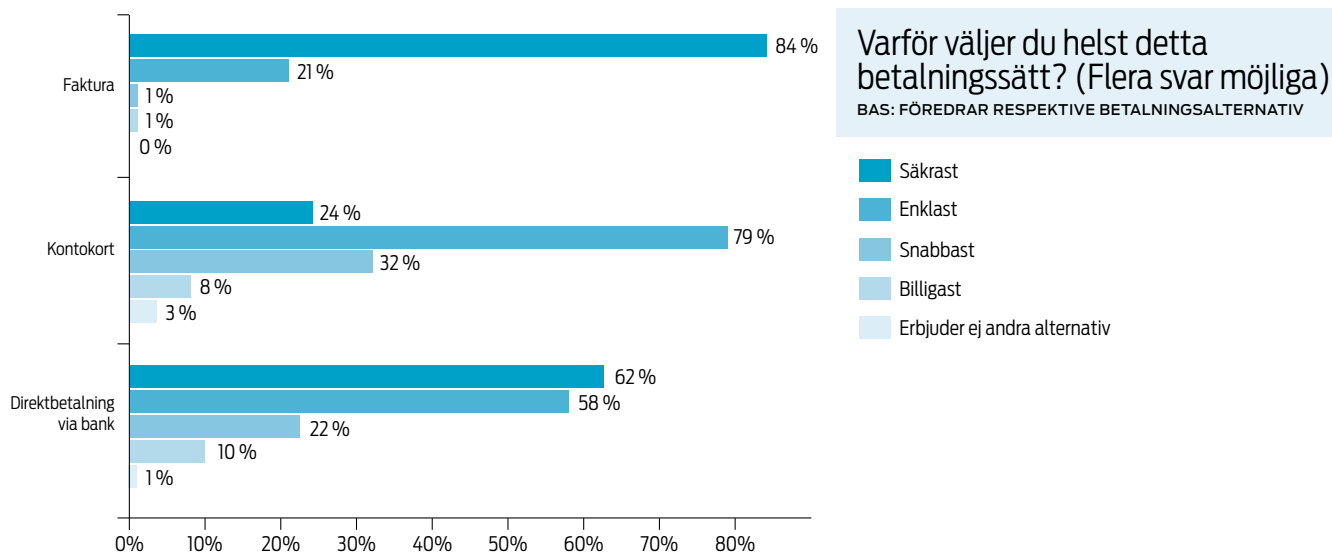
*eller liknande betalningstjänster

Faktura i efterskott är det betalningssätt som föredras av flest konsumenter vid e-handel. Drygt fyra av tio väljer detta sätt. Särskilt populärt är faktura bland kvinnor där

andelen är 48 procent. Motsvarande andel bland män är 38 procent. Männerna är istället överrepresenterade bland dem som helst väljer kortbetalning.

Q3 2011

Säkerhet och enkelhet i fokus vid val av betalningssätt



Varför väljer du helst detta betalningssätt? (Flera svar möjliga)

BAS: FÖREDRAR RESPEKTIVE BETALNINGALTERNATIV

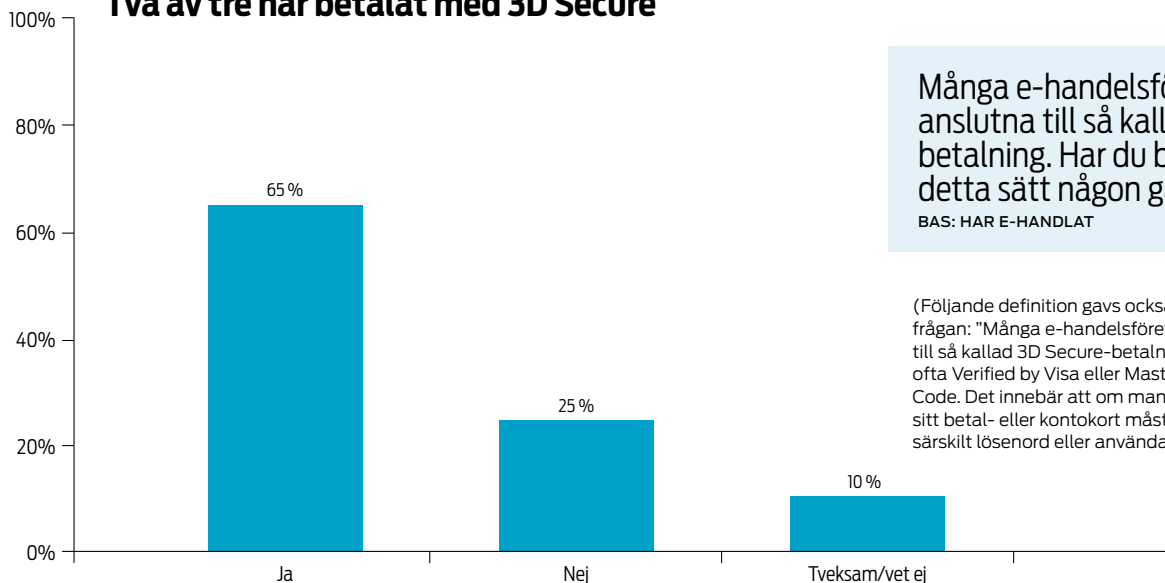
- Säkrast
- Enklast
- Snabbast
- Billigast
- Erbjuder ej andra alternativ

När de olika betalningssätten jämförs framträder ett tydligt mönster. De som väljer fakturabetalning gör det för att det upplevs som säkrare medan kortbetalning primärt

väljs för att det upplevs som enklare. Direktbetalning via bank väljs i lika stor utsträckning av båda skälen.

Q3 2011

Två av tre har betalat med 3D Secure



Många e-handelsföretag är anslutna till så kallad 3D Secure-betalning. Har du betalat på detta sätt någon gång?

BAS: HAR E-HANDLAT

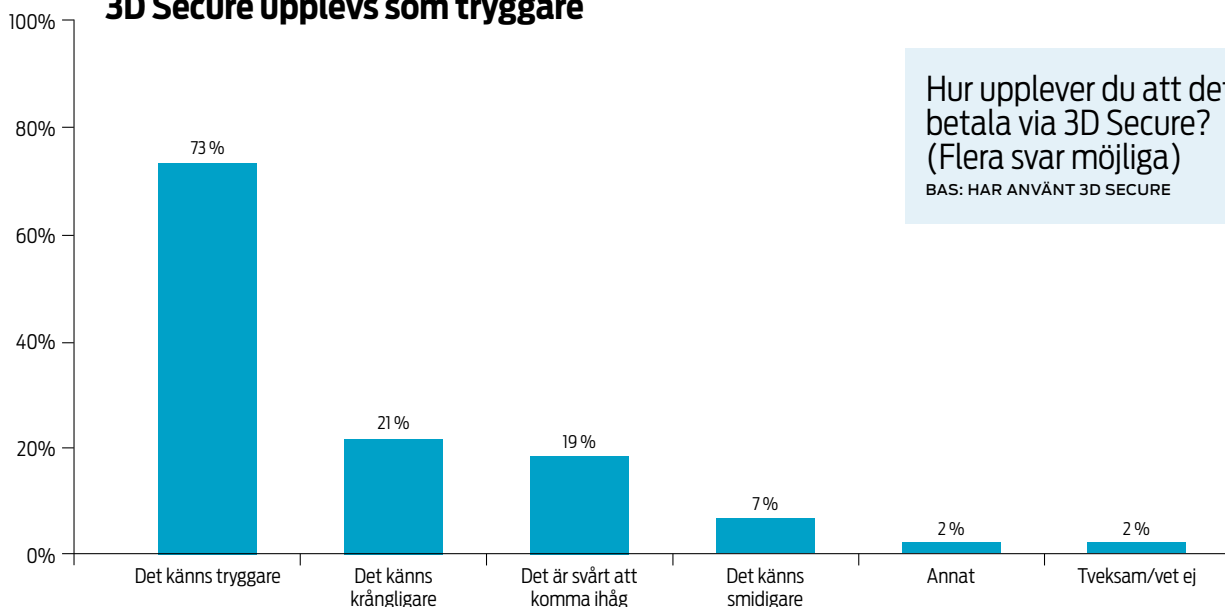
(Följande definition gavs också i anslutning till frågan: "Många e-handelsföretag är anslutna till så kallad 3D Secure-betalning. Benämns ofta Verified by Visa eller Mastercard Secure Code. Det innebär att om man vill betala med sitt betal- eller kortkort måste man ange ett särskilt lösenord eller använda sin bankdosa.")

Nästan två av tre (65 procent) av de tillfrågade konsumenterna har någon gång betalat med 3D Secure när de e-handlat. Särskilt vanligt

är det i den yngsta åldersgruppen, de mellan 18–29 år, där drygt tre av fyra (77 procent) någon gång betalat på detta sätt.

Q3 2011

3D Secure upplevs som tryggare



Hur upplever du att det är att betala via 3D Secure? (Flera svar möjliga)

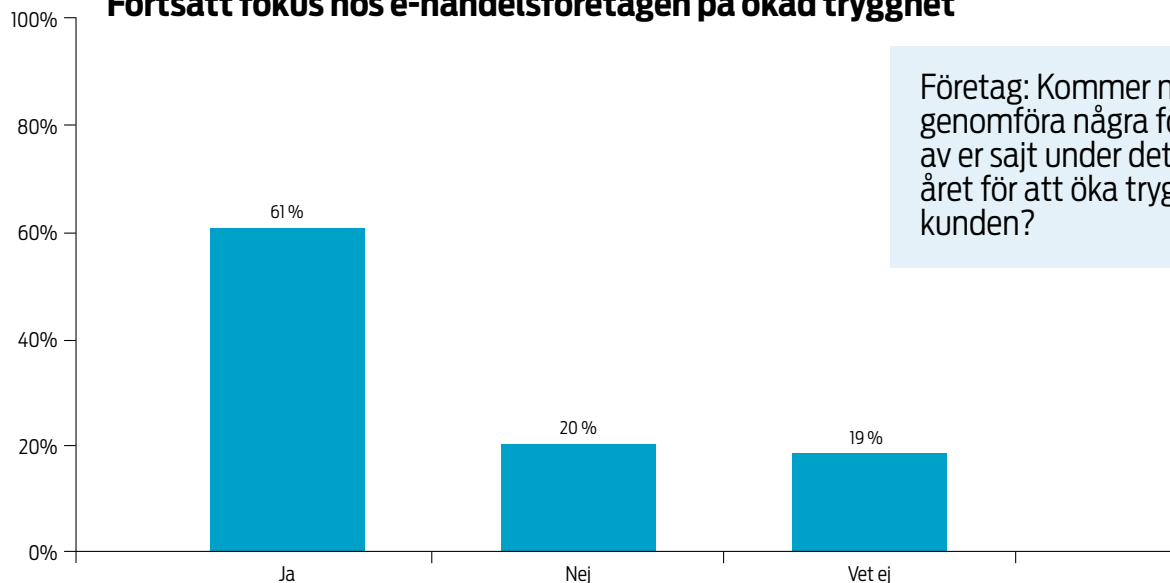
BAS: HAR ANVÄNT 3D SECURE

Vid betalning med 3D Secure används ett särskilt lösenord eller bankdosa som verifiering av kortköparen. Av de konsumenter som har

betalat på detta sätt upplever nästan tre av fyra att det känns tryggare. Denna andel är i stort sett lika stor i alla åldersgrupper.

■ Q3 2011

Fortsatt fokus hos e-handelsföretagen på ökad trygghet



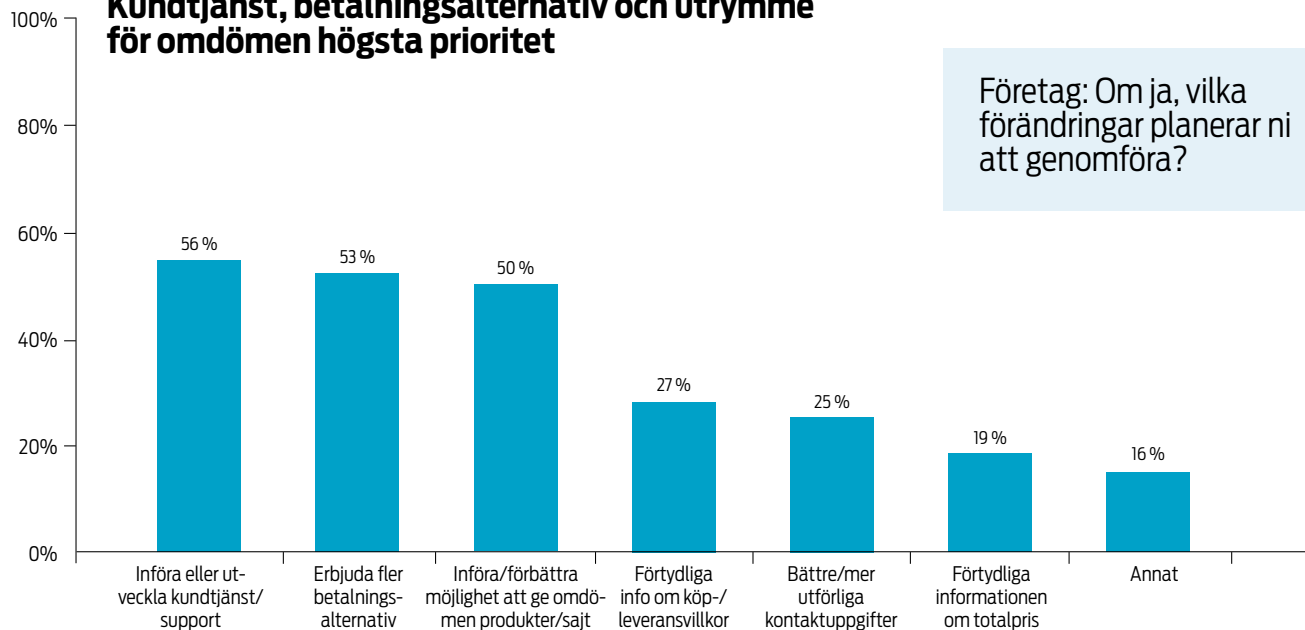
Företag: Kommer ni att genomföra några förändringar av er sajt under det kommande året för att öka tryggheten för kunden?

Ett tecken på den ökade professionaliseringen bland e-handelsföretagen är det kontinuerliga förbättringsarbetet. Sex av tio av de tillfrågade

företagen anger att de kommer att genomföra förändringar på den egna sajten under det kommande året för att öka tryggheten för kund.

■ Q3 2011

Kundtjänst, betalningsalternativ och utrymme för omdömen högsta prioritet



Företag: Om ja, vilka förändringar planerar ni att genomföra?

Tre områden sticker ut bland de åtgärder som företagen planerar för att öka tryggheten för de egna kunderna: införa eller utveckla kundtjänsten,

erbjuda fler betalningsalternativ och införa eller förbättra möjligheten för kunden att lämna egna omdömen om sajten eller produkter.

Fortsatt tillväxt – trots allt fler digitala alternativ

Trots att digitala alternativ fått stor uppmärksamhet under 2011 är näthandeln med fysiska böcker, DVD-skivor, CD-skivor och TV-/dataspel mer omfattande än någonsin tidigare. Förra året köpte svenska konsumenter fysiska varor av det slaget på internet till ett värde av 3 miljarder kronor, varor som sedan skickades hem till dem.

Kategorin böcker/medias tillväxt på nätet var 3 procent det tredje kvartalet i år. Det är en lägre tillväxt än för e-handeln generellt, men ökningen sker från en redan hög nivå. Till exempel är böcker den vara som flest konsumenter i Sverige har e-handlat. Nästan sju av tio svenskar (68 procent) har någon gång handlat en bok på internet som skickats hem till postlådan eller till ett utlämningsställe.

På frågan hur bökköparna gjorde senaste gången de köpte en bok svarar 47 % att de köpte på internet och fick den hemskickad. Knappt fyra av tio (37 %) handlade i en vanlig affär medan 2 % laddade ned boken digitalt.

Mönstret är likartat för film. En mycket stor majoritet av svenskarna föredrar fysiska alternativ. Nästan hälften har någon gång köpt film på internet som skickats hem. Senaste gången filmköparna köpte film valde en tredjedel att handla i en fysisk affär. Tre av tio valde att näthandla och få filmen hemskickad, medan drygt var femte valde ett digitalt alternativ – 14 % laddade hem filmen och 9 % streamade den.

Även TV-/dataspelskonsumenterna väljer i stor utsträckning de fysiska alternativen. Var fjärde

svensk har någon gång e-handlat TV-/dataspel. Vid sitt senaste köp valde 38 % av data- och TV-spelskonsumenterna att handla i en vanlig affär. Nästan tre av tio (28%) köpte spelet på internet och fick det hemskickat. Var tionde valde däremot ett digitalt alternativ, antingen genom att spela online eller att ladda ned via en fildelningsajt.

För musik är utvecklingen delvis en annan. Att e-handla en CD-skiva är fortfarande ett naturligt alternativ. Hälften av alla svenskar har gjort det någon gång och en fjärdedel av musikköparna valde att köpa en fysisk CD-skiva på nätet senast de handlade musik. Men de digitala alternativen vinner mark. Vid sitt senaste köp valde drygt fyra av tio musikköpare att antingen streama musiken (t ex via Spotify) eller ladda hem den till sin dator/smartphone.

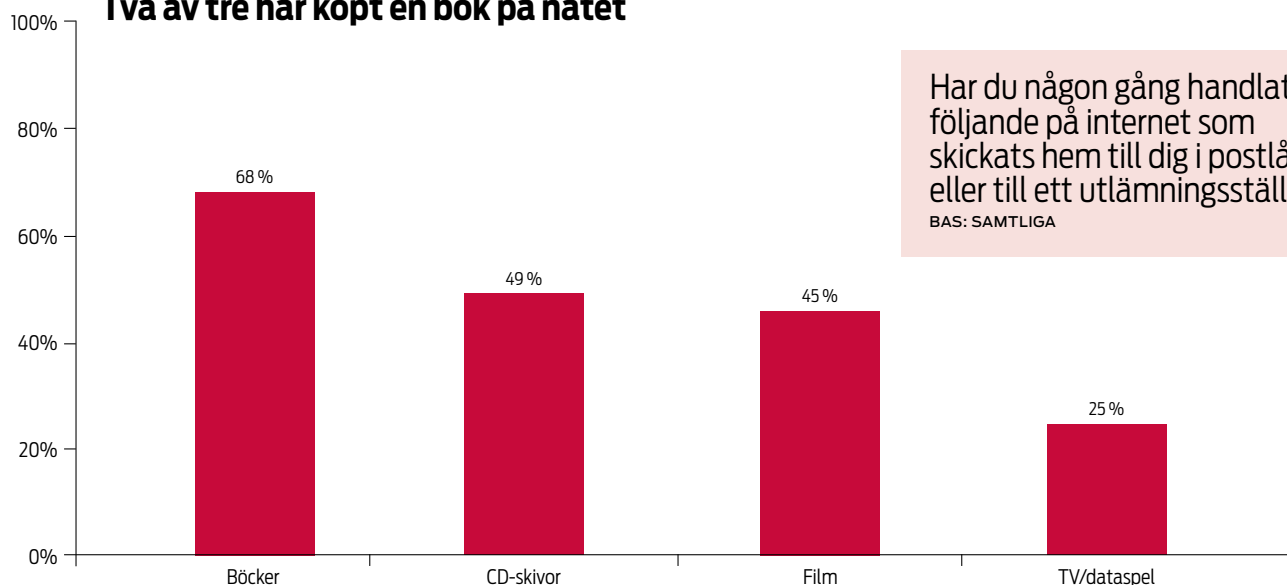
Konsumenterna mellan 18–29 år är klart överrepresenterade bland användare av digitala musiktjänster. Samtidigt är de också den åldersgrupp där störst andel (52 procent) angav att de valde en tryckt bok från nätet senaste gången de köpte bok, en tydlig illustration av den starka ställning som den traditionella boken har i alla åldersgrupper och hur konsumenterna kombinerar fysiska och digitala format och inköpssätt.

Den främsta anledningen att e-handla böcker och annan media och få dem hemlevererade är enkelheten, dvs. det är bekvämt, tidsbesparande och flexibelt. Pris är också en viktig faktor och drygt hälften gör alltid eller ofta prisjämförelser innan köpet.

» Böcker och media

■ Q3 2011

Två av tre har köpt en bok på nätet



Har du någon gång handlat följande på internet som skickats hem till dig i postlådan eller till ett utlämningsställe?

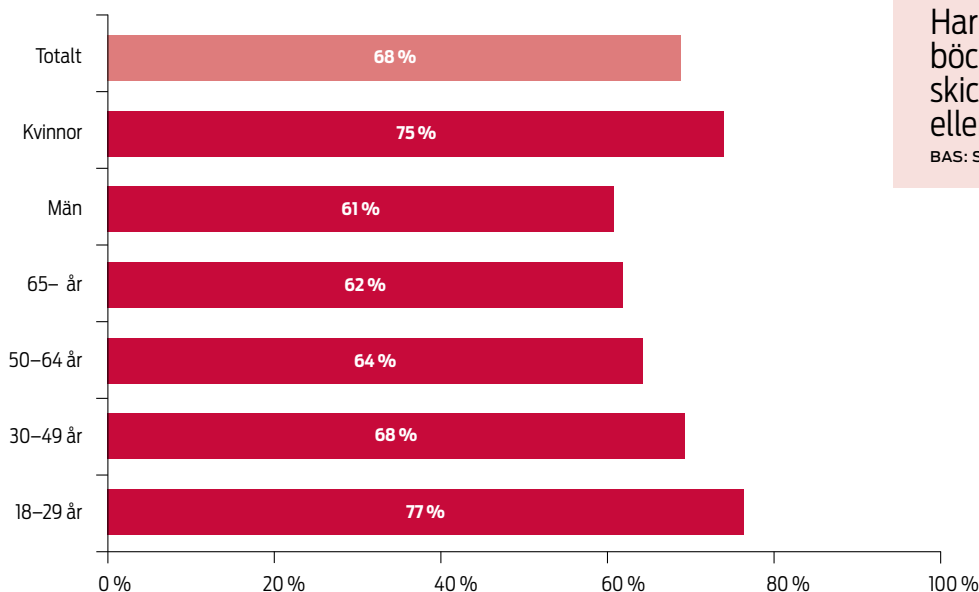
BAS: SAMTLIGA

Böcker är e-handelns vanligaste vara. Två av tre konsumenter har någon gång köpt en bok på nätet och fått den hemskickad. Hälften har

e-handlat CD-skivor. Något färre film. Var fjärde konsument har någon gång köpt TV/dataspel från en e-handelsajt.

Kvinnor och unga vanligaste bokköpare på nätet

■ Q3 2011



Har du någon gång handlat böcker på internet som skickats hem till dig i postlådan eller till ett utlämningsställe?

BAS: SAMTLIGA

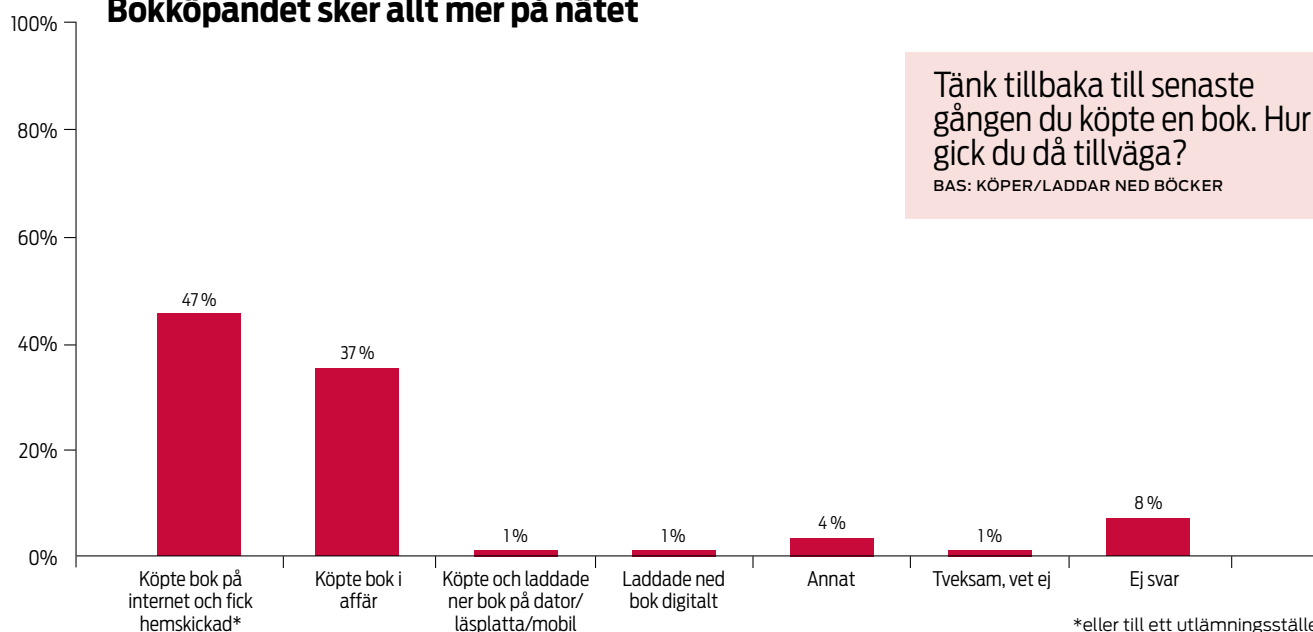
Köpanandet av fysiska böcker från nätet är utbrett i alla åldersgrupper. Kvinnorna är generellt överrepresenterade. Bland kvinnor

mellan 18-29 år återfinns den största andelen. Där svarar 85 procent att de någon gång köpt en bok online och fått den hemskickad.

» Böcker och media

■ Q3 2011

Bokköpandet sker allt mer på nätet



Tänk tillbaka till senaste gången du köpte en bok. Hur gick du då tillväga?

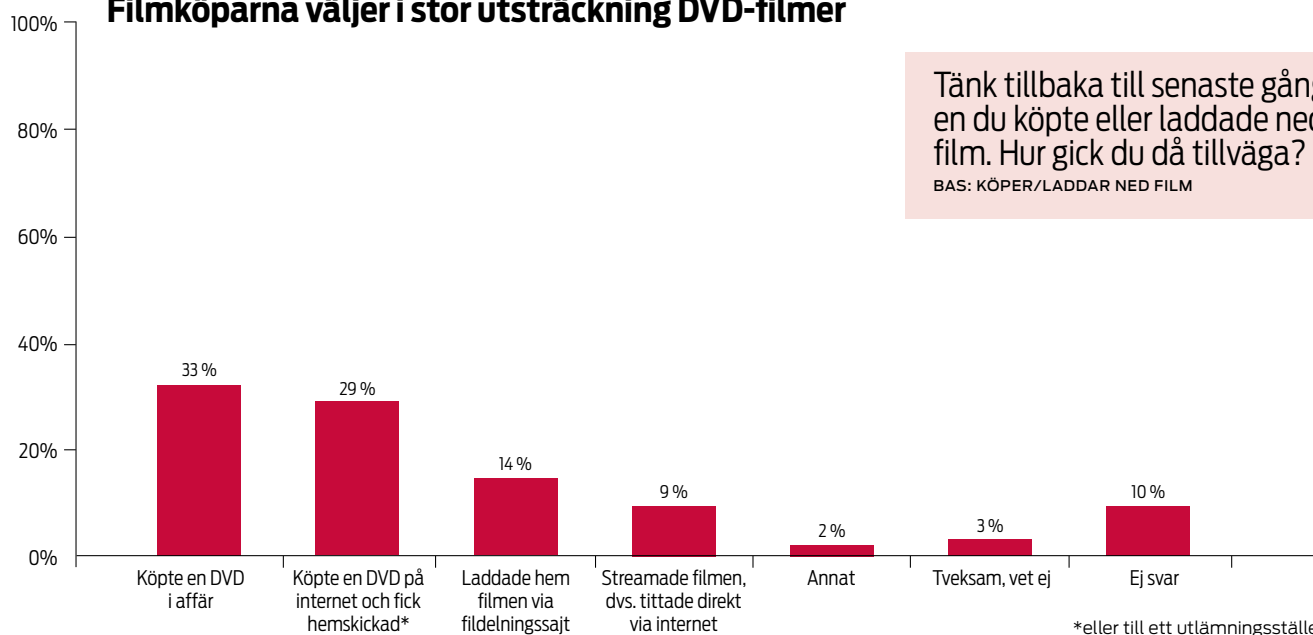
BAS: KÖPER/LADDAR NED BÖCKER

Nästan hälften av dem som köper böcker valde att köpa en fysisk bok på nätet och få den hemskickad senaste

gången de köpte en bok. Knappt fyra av tio gick till en vanlig affär medan 2 procent laddade ned den digitalt.

■ Q3 2011

Filmköparna väljer i stor utsträckning DVD-filmer



Tänk tillbaka till senaste gången du köpte eller laddade ned film. Hur gick du då tillväga?

BAS: KÖPER/LADDAR NED FILM

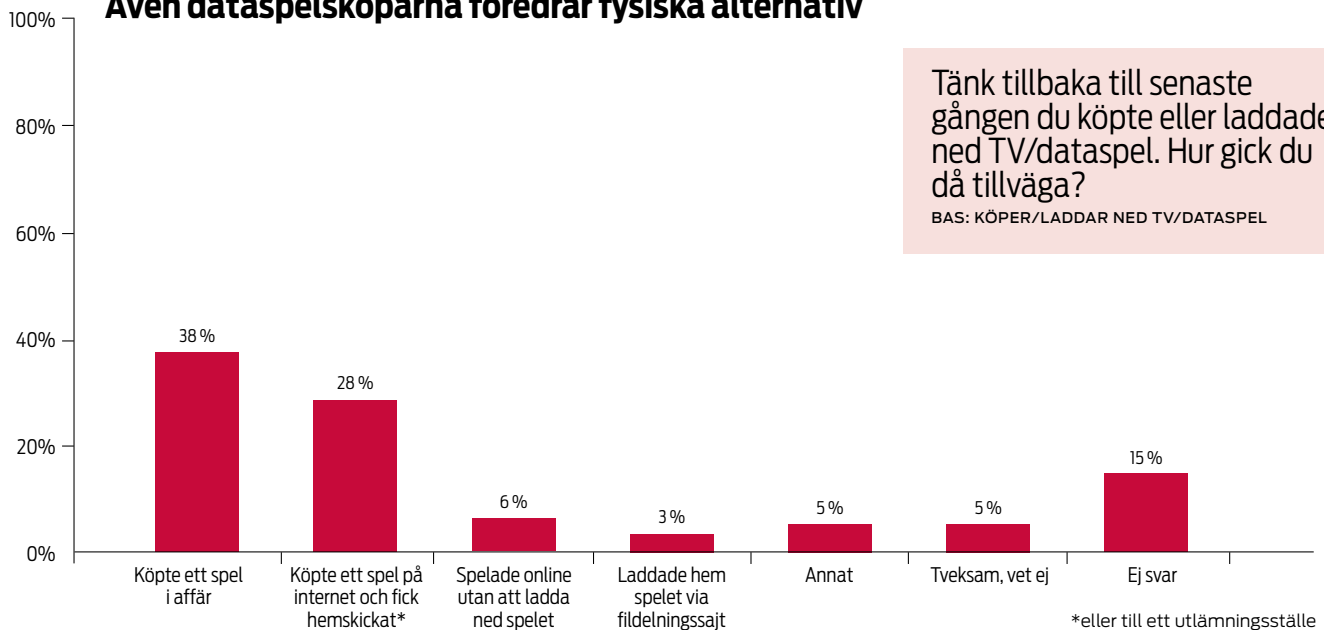
Bland filmköparna föredrar klart fler att köpa en fysisk film framför att ladda ned eller streama den. Var tredje valde

senaste gången att köpa en DVD i en affär och nästan lika många köpte den på internet och fick hemskickad.

» Böcker och media

■ Q3 2011

Även dataspelsköparna föredrar fysiska alternativ



Tänk tillbaka till senaste gången du köpte eller laddade ned TV/dataspel. Hur gick du då tillväga?

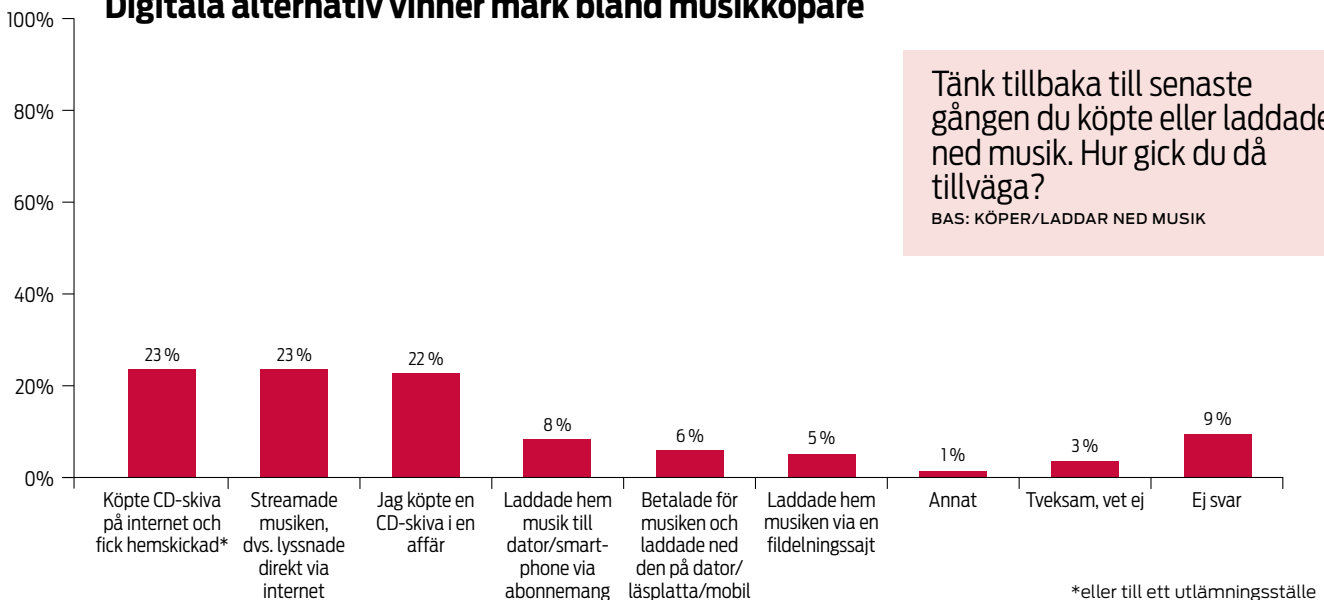
BAS: KÖPER/LADDAR NED TV/DATASPEL

Online-spel av dataspel omtalas ofta i media. Samtidigt är det tydligt att dataspelsköparna fortfarande föredrar fysiska alternativ. Vid sitt senaste köp valde nästan fyra

av tio att köpa ett spel i en affär och 28 procent köpte spelet via en e-handelssajt. 9 procent valde digitala alternativ.

■ Q3 2011

Digitala alternativ vinner mark bland musikköpare



Tänk tillbaka till senaste gången du köpte eller laddade ned musik. Hur gick du då tillväga?

BAS: KÖPER/LADDAR NED MUSIK

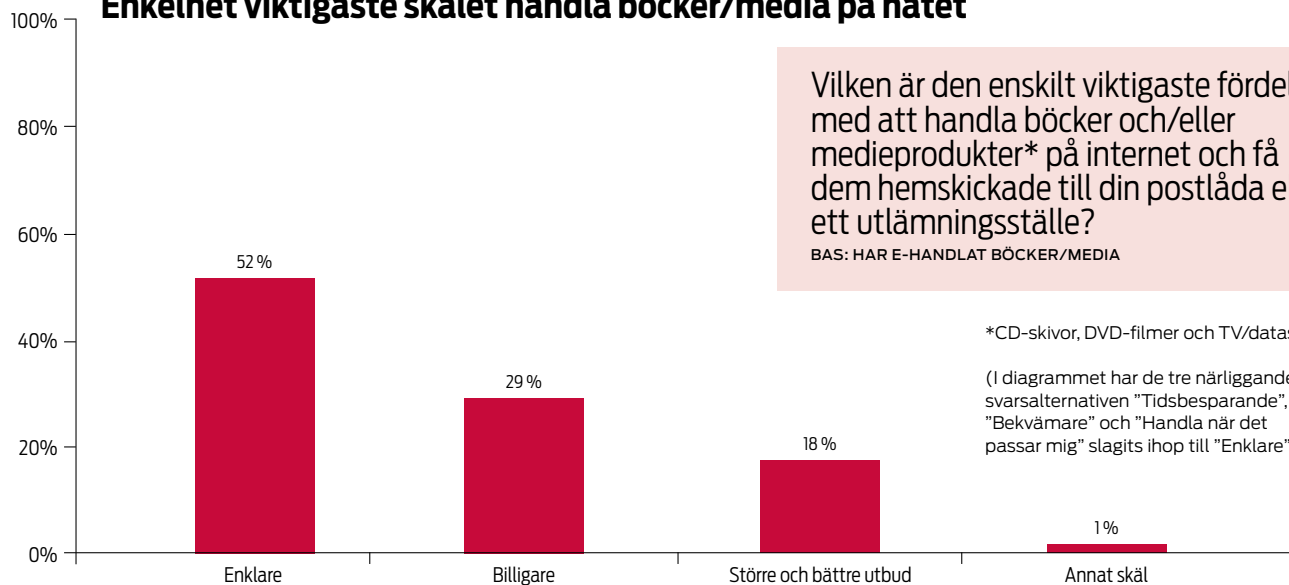
Inom kategorin böcker/media är det tydligast att de digitala alternativen vinner mark inom musik. Av dem som köper musik valde 23 procent att streama den,

dvs. lyssna direkt via internet vid sitt senaste köp. Särskilt vanligt är det bland 18–29-åringar där nästan hälften valde detta alternativ.

» Böcker och media

■ Q3 2011

Enkelhet viktigaste skälet handla böcker/media på nätet



Vilken är den enskilt viktigaste fördelen med att handla böcker och/eller medieprodukter* på internet och få dem hemskickade till din postlåda eller ett utlämningsställe?

BAS: HAR E-HANDLAT BÖCKER/MEDIA

*CD-skivor, DVD-filmer och TV/dataspel

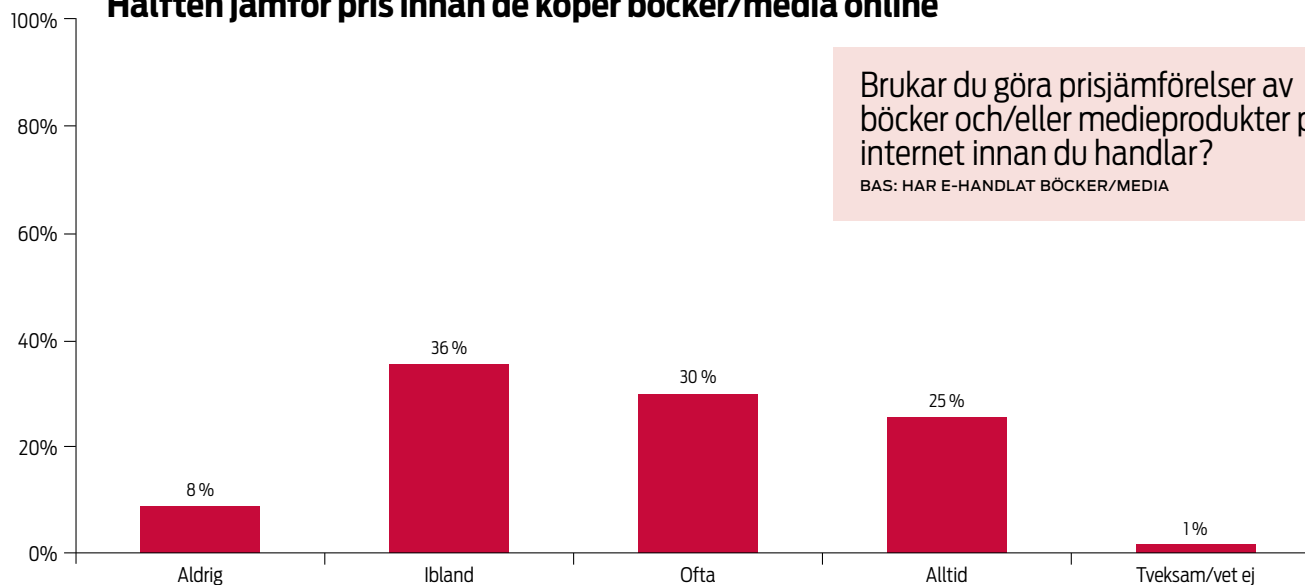
(I diagrammet har de tre närliggande svarsalternativen "Tidsbesparande", "Bekvämare" och "Handla när det passar mig" slagits ihop till "Enklare")

Det främsta skälet för att handla böcker/media från en e-handelsajt och sedan få varan hemskickad är för att

det är enklare. Det är det främsta skälet såväl bland män och kvinnor som i de olika ålderskategorierna.

■ Q3 2011

Hälften jämför pris innan de köper böcker/media online



Brukar du göra prisjämförelser av böcker och/eller medieprodukter på internet innan du handlar?

BAS: HAR E-HANDLAT BÖCKER/MEDIA

Drygt hälften av konsumenterna gör prisjämförelser innan de ska köpa böcker/media på nätet. Särskilt

vanligt är det bland 18–29-åringar där 62 procent ofta eller alltid jämför priser på nätet.

E-barometern ges ut av Posten i samarbete med Svensk Distanshandel och HUI Research

Om Posten



Posten ingår i PostNord-koncernen. PostNord – tidigare Posten Norden – bildades 2009 genom samgåendet mellan Post Danmark A/S och Posten AB. Koncernen erbjuder kommunikations- och logistiklösningar till, från och inom Norden och har en omsättning på cirka 42 miljarder SEK och drygt 40 000 medarbetare. Verksamheten bedrivs i affärsområdena Breve Danmark, Meddelande Sverige, Logistik och Strålfors. Moderbolaget är ett svenskt publikt bolag med huvudkontor i Solna, Sverige.

Om Svensk Distanshandel



Svensk Distanshandel är en förening, som har närmare 350 medlemmar i tre olika kategorier.

Associerade medlemmar, Villkorade Medlemmar och Fullvärdiga Medlemmar. Den sammanlagda omsättningen för medlemmarna är cirka 30 miljarder kronor (total försäljning inkl. export). SDh arbetar för att göra distans- och e-handeln tryggare för konsumenten och driver därför certifieringen Trygg e-handel.

Om HUI Research



HUI Research AB är den självklara partnern när det gäller utredningar, konsultverksamhet

och forskning avseende konsumtion och samhällsekonomi. Handel i allmänhet och detaljhandel och tjänstekonsumtion i synnerhet hör till vår spjutspetskompetens. I mars 2010 gick HUI och Turismens Utredningsinstitut, TUI, samman i ett nytt bolag. HUI Research ägs gemensamt av branschorganisationerna Svensk Handel och SHR.