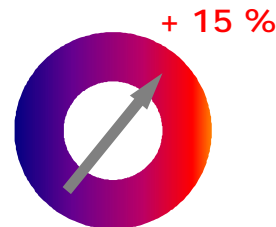


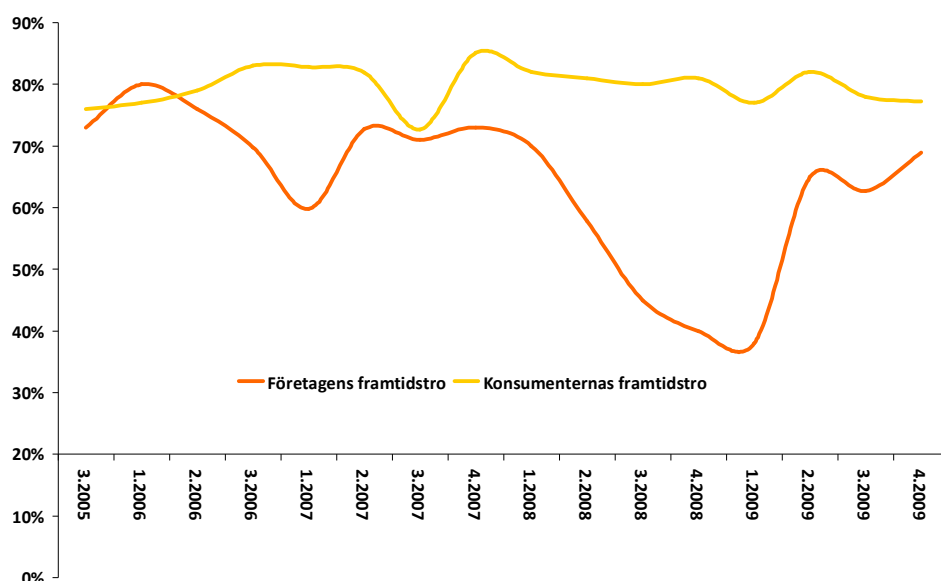
e-barometern



Q4 2009

Krafftfull avslutning på e-handelsåret 2009

Försäljningen över internet satte återigen full fart under fjärde kvartalet 2009. Lågkonjunkturen lämnade under de tre första kvartalen 2009 spår i form av svagare tillväxt. I takt med att signalerna om en återhämtning för den svenska ekonomin har blivit allt fler har också e-handels försäljning ökat kraftigt och tillväxten under 2009 års sista kvartal stannade på 15,4 procent. E-handelsförsäljningen uppgick under 2009 till 22,1 miljarder, en tillväxt med 8,1 procent jämfört med 2008. Optimismen inför framtiden har också stigit bland företagen, som inte har varit så optimistiska på två år.



Konsumenternas framtidstro:

Kommer du att handla över internet under det närmaste halvåret?

Företagens framtidstro:

Tror du att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret?

- E-handels försäljning steg under fjärde kvartalet 2009 med 15,4 procent jämfört med fjärde kvartalet 2008.
- Omsättningen 2009 uppgick till 22,1 miljarder kronor, vilket utgör cirka 4,2 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.
- E-handelsköpen via mobiltelefon har fördubblats, men utgör ännu en mycket liten del av e-handeln.
- Nära en fjärdedel av konsumenterna kan tänka sig att handla på Internet med mobiltelefonen, främsta förklaringen till varför man inte gör det är att displayen är för liten.

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 januari månad 2009 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. Med konsumenter avses privatpersoner med internetuppkoppling. Frågor kring e-barometern besvaras av Jonas Arnberg, HUI, 08-762 72 90 och Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Per Ljungberg, presschef Posten AB, 08-781 17 39 och Posten Medierelationer, 08-23 10 10.

Företagens försäljningsutveckling

Det blev ett kraftfullt rekord för julhandeln på internet. Det sista kvartalets försäljningstillväxt var betydligt starkare än den under 2009 års tre tidigare kvartal och medförde en välbehövlig försäljningsuppgång. Bakom uppgången ligger inte bara en allmän återhämtning i ekonomin i stort utan också e-handelns allt mer attraktiva erbjudande och att konsumenterna känner sig trygga och litar på att e-handlade paket kommer fram i god tid före julafton.

E-handelns omsättning uppgick under 2009 till 22,1 miljarder kronor, en tillväxt med 8,1 procent sedan 2008. Med den ekonomiska kris som varit ett faktum under året är en tillväxt på drygt 8 procent imponerande. Förklaringen till den starka tillväxten ligger för det första i att e-handelns utveckling är strukturell snarare än konjunkturell, det vill säga att allt fler företag och konsumenter börjar använda internet. För det andra förklaras försäljningsuppgången av att e-handeln erbjuder just det som konsumenten efterfrågar i lågkonjunktur, det vill säga låga priser och möjligheten att informera sig i syfte att åstadkomma en bra affär med värde för pengarna.

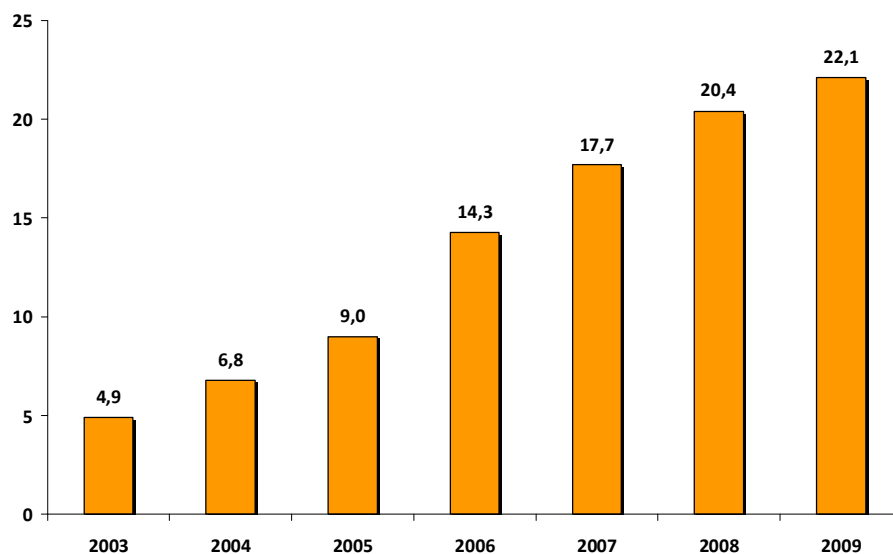


Diagram 1:
E-handelns omsättning
2003-2009, miljarder
kronor.

Med e-handel avses
försäljning av
detaljhandelsvaror (ej
resor, tjänster, bilar etc.)
mot konsument.

E-handelns andel av den totala detaljhandeln uppgick år 2009 till 4,2 procent. Fortfarande är e-handeln därmed relativt begränsad. Inom de branscher där e-handeln är framgångsrik, elektronik, böcker/CD och kläder, är andelen betydligt högre. För att e-handelns andel av den totala detaljhandeln ska kunna nå högre höjder krävs att fler företag och branscher ger sig ut på nätet, något som vi sannolikt kommer att få se under de närmaste åren.

Optimistiska e-handlare

Den kraftfulla avslutningen på året medförde också en ökad optimism vad gäller framtidsutsikterna. 69 procent av handlarna tror att försäljningen kommer att öka under 2010 års första halvår. Fler än någonsin tidigare i e-barometerns mätningar, 20 procent, är mycket optimistiska och tror att försäljningen kommer att öka mycket.

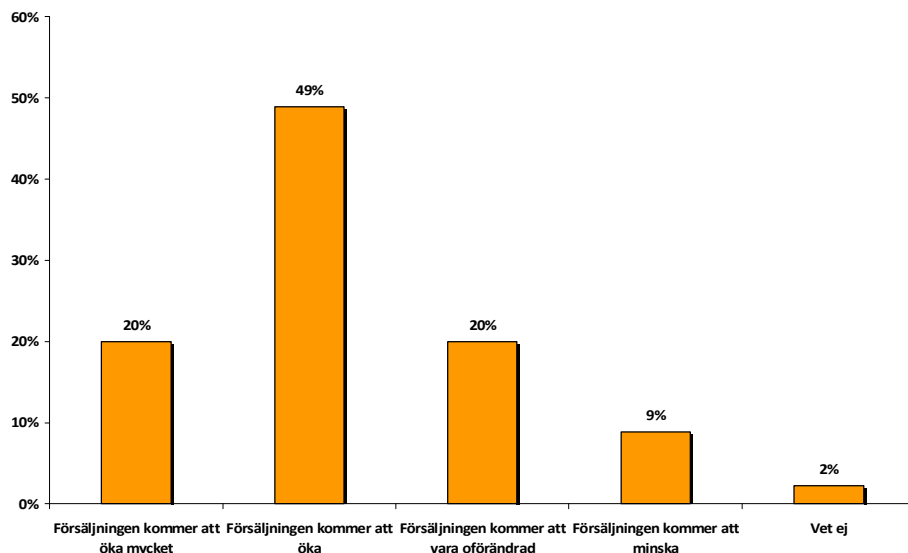


Diagram 2:
Hur tror du att försäljningen kommer att utvecklas under det närmaste halvåret?

Mobiltelefonen som plattform för e-handel

Höga förväntningar på mobiltelefonen som beställningssätt...

Mobiltelefonen väntas kunna bli ett komplement till datorn för e-handelskonsumenterna, inte bara för att söka information utan även för att köpa varor. Konsumenternas tillgänglighet till e-handel skulle därmed förbättras och för e-handeln skulle en ökad internät närvaro bland konsumenterna sannolikt gynna affärerna. Förväntningarna är också höga bland e-handlarna, och de flesta, 55 procent, tror att mobiltelefonen kommer att öka i betydelse för e-handeln. I diagram 3 visas även svaren från fjolårets e-barometer och det framgår att betydligt fler e-handelsföretag är positiva till e-handel via mobiltelefonen idag jämfört med för ett år sedan.

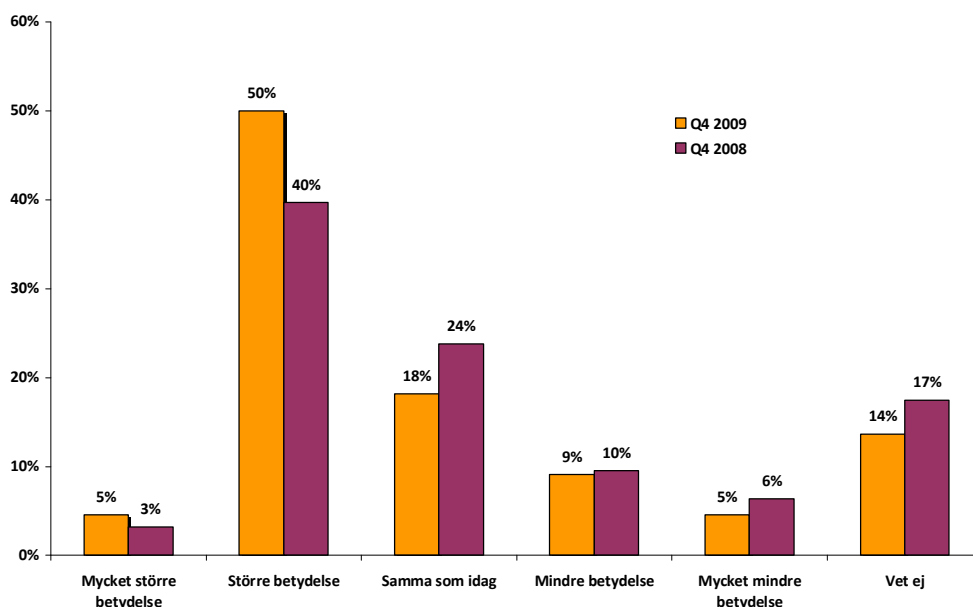


Diagram 3:
Vilken betydelse tror du att mobiltelefonen som beställningssätt kommer att få för e-handeln under de kommande tre åren?

...men få har förberett sina hemsidor

Även om förväntningarna är höga på e-handel via mobiltelefonen är det inte så många e-handelsföretag som har anpassat sina hemsidor till detta. 34 procent har genomfört någon form av förändring, vilket är marginellt fler än för ett år sedan (31 procent).

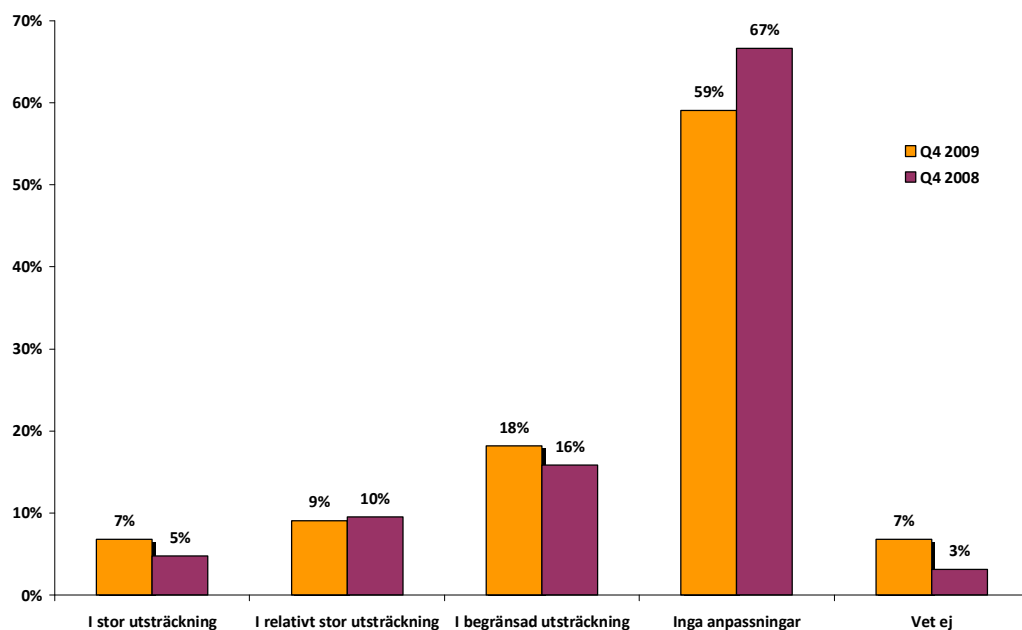


Diagram 4:

I vilken utsträckning gör ert företag några anpassningar av er webbplats för att underlätta för kunderna att handla varor från er webbplats via sina mobiltelefoner?

Fortfarande finns hinder för handeln via mobiltelefon

En förklaring till att utvecklingen ännu inte har gått så långt kan vara de hinder e-handlarna ser. Det främsta hindret utgörs, enligt handlarna, av den lilla displayen i mobiltelefonen. En liten skärm ger givetvis sämre överblick och bildåtergivning och möjligtvis blir köpbeslutet för konsumenten svårare. För dålig uppkopplingshastighet eller att mobiltelefonen helt enkelt inte har tillgång till internet sägs vara andra anledningar. Ytterligare en förklaring tros vara att många konsumenter inte känner till möjligheten att e-handla via mobiltelefonen.

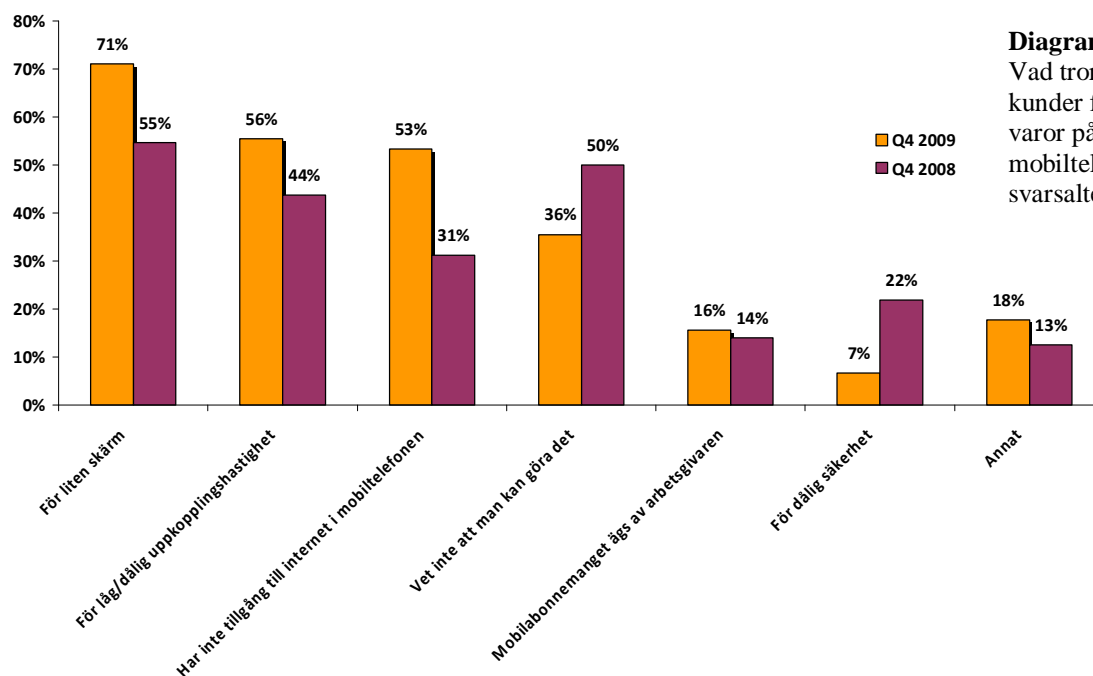


Diagram 5:

Vad tror du hindrar kunder från att handla varor på nätet via sina mobiltelefoner? Flera svarsalternativ möjliga.

Konsumenterna

Den starka optimismen bland konsumenterna fortsätter. Majoriteten, 77 procent, tror att de kommer att handla varor på internet under det kommande halvåret. Konsumenterna i åldersspannet 23-35 år är de mest optimistiska, där tror 91 procent att de kommer handla på internet.

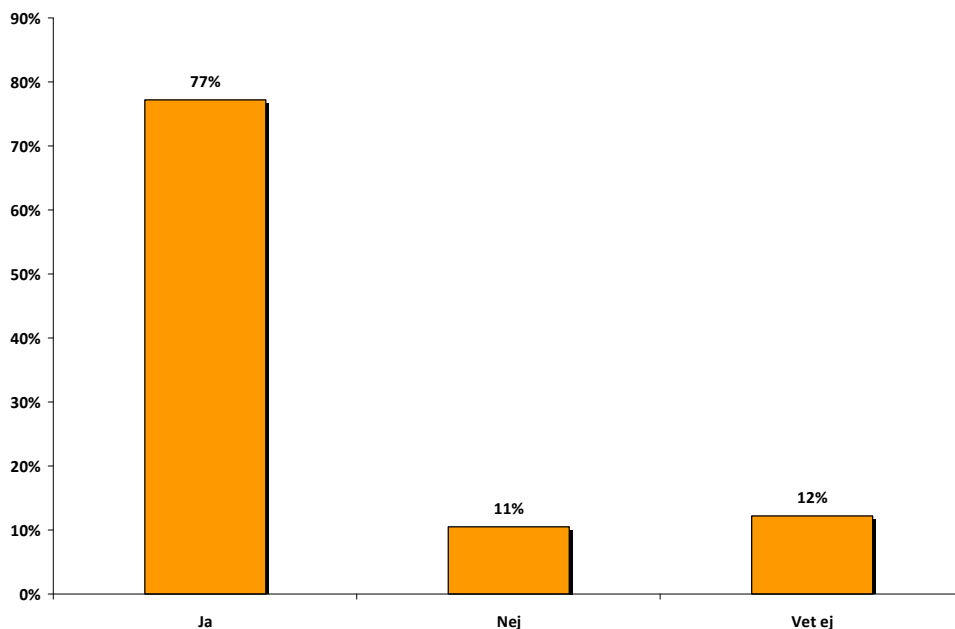


Diagram 6:
Tror du att du kommer att handla varor på internet under de närmaste sex månaderna?

36 procent handlar på internet minst en gång i månaden

Ett fåtal, 3 procent, handlar varor på internet varje vecka och 33 procent handlar någon gång i månaden. Jämfört med för ett år sedan är det fler som e-handlar någon gång per halvår och färre som handlar någon gång i månaden. Endast 6 procent handlar aldrig på internet.

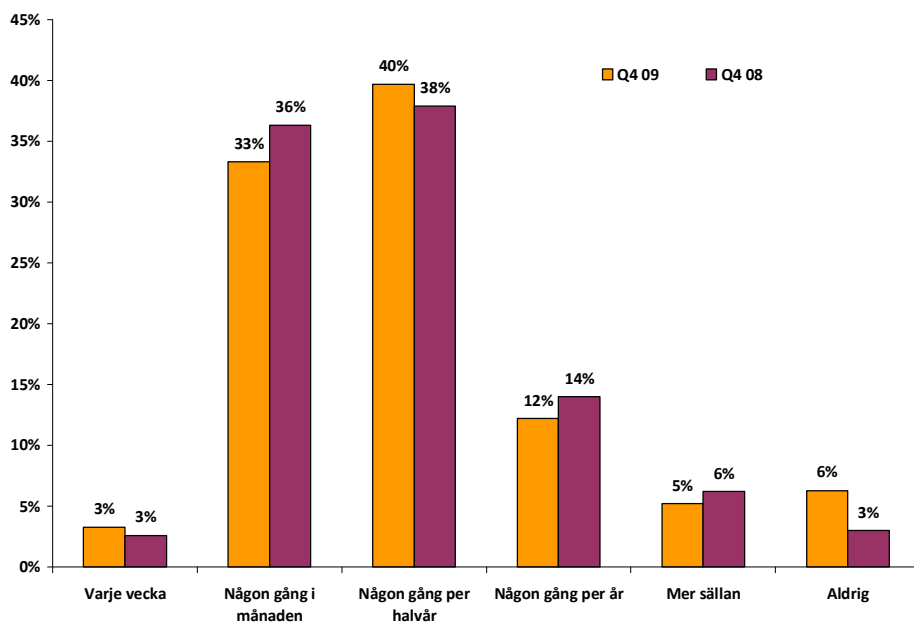


Diagram 7:
Ungefär hur ofta handlar du varor på internet?

17 procent kopplar upp sig på internet via mobiltelefonen varje vecka eller oftare

9 procent av konsumenterna kopplar upp sig på internet via sin mobiltelefon varje dag, vilket är en ökning med 3 procent jämfört med för ett år sedan. Vanligast är det att koppla upp sig någon gång i månaden, vilket 12 procent gör. Hälften använder aldrig sin mobiltelefon för att komma ut på internet.

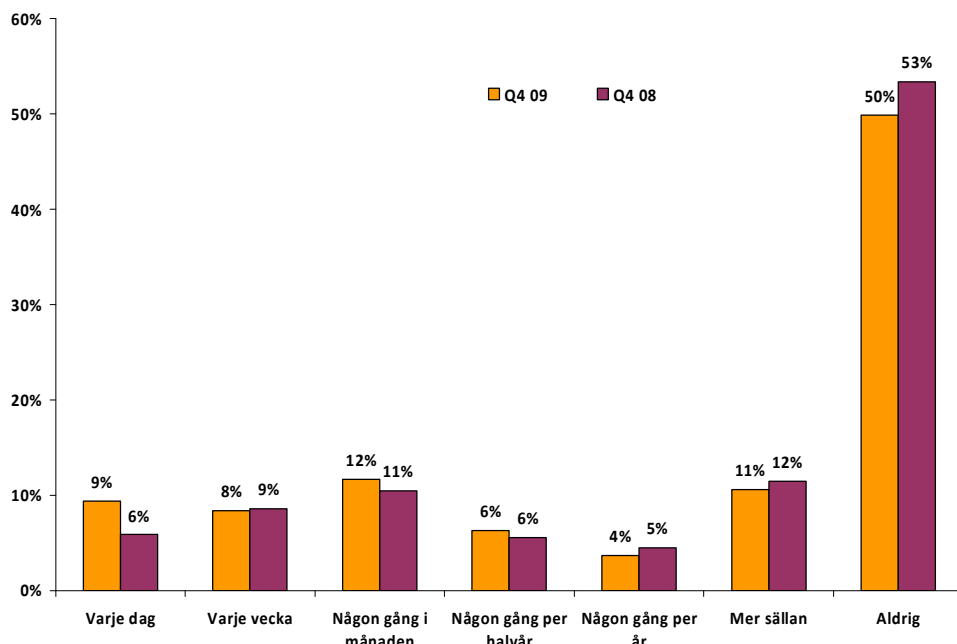


Diagram 8:

Hur ofta kopplar du upp dig på internet via din mobiltelefon?

Fler handlar varor via sin mobiltelefon

Att använda mobiltelefonen för att handla varor har blivit vanligare jämfört med för ett år sedan. E-barometerns konsumentundersökning visar en fördubbling, men från låga nivåer. Nu uppger 4 procent av konsumenterna att de någon gång handlat varor på internet via sin telefon, för ett år sedan var motsvarande siffra 2 procent.

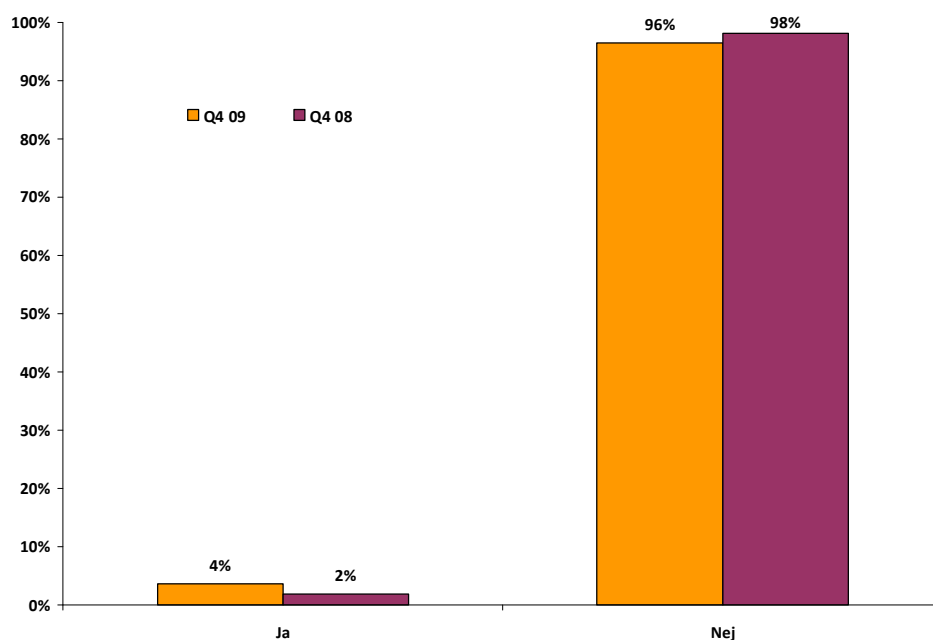


Diagram 9:

Har du någon gång under de senaste 12 månaderna använt mobiltelefonen för att handla varor på nätet?

De flesta köper böcker via telefonen

Av dem som någon gång handlat varor på nätet via sin mobiltelefon uppger var tredje konsument att de handlade böcker. Det är även vanligt att handla dataspel, skivor och film. Detta är varor som vanligtvis är framgångsrika på nätet, men anledningen till att de ligger i topp är sannolikt att det är lätt att söka information om dem och att de är okomplicerade att beställa.

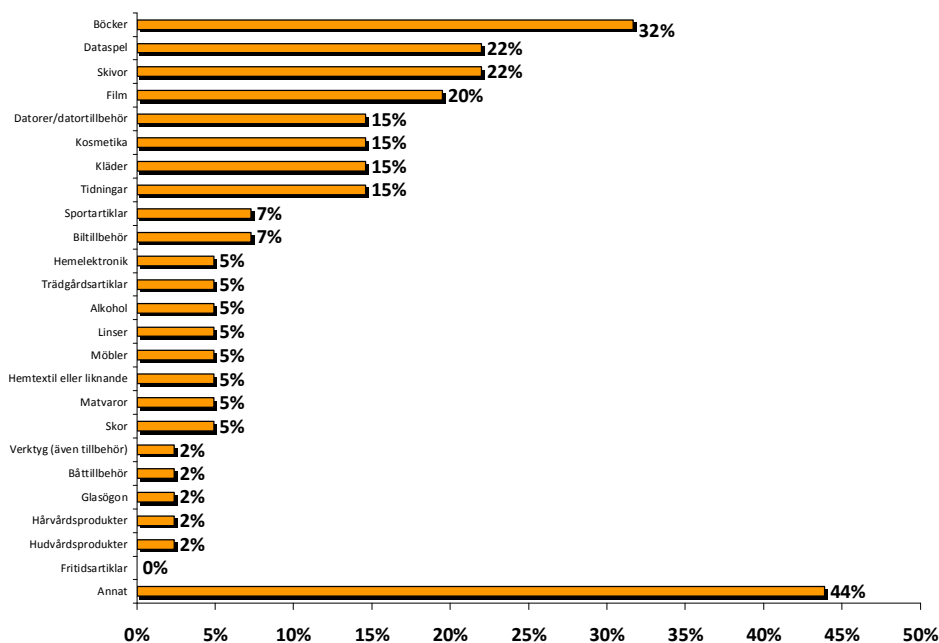


Diagram 10:
Vad köpte du när du handlade varor på nätet via din mobiltelefon?

För liten skärm medför att man inte handlar via telefonen

Av dem som har uppgett att de inte handlat varor via sin mobiltelefon är den främsta anledningen att skärmen är för liten. Detta uppger en tredjedel av konsumenterna, vilket är något färre än i fjol. För dålig uppkopplingshastighet eller att man inte har tillgång till internet i telefonen är två andra vanliga alternativ.

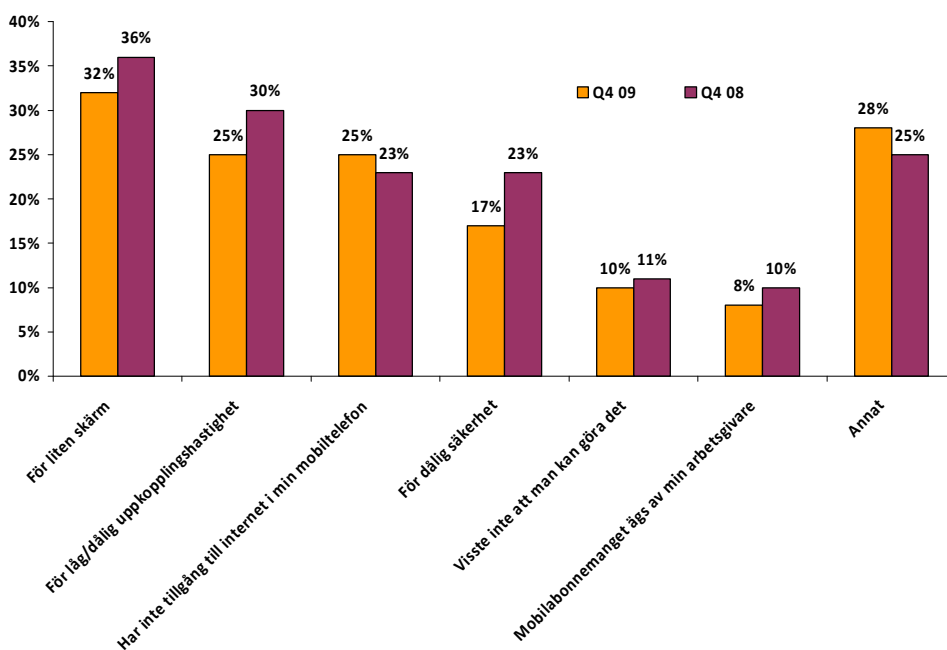


Diagram 11:
Varför handlar du inte varor på nätet via din mobiltelefon?

Var fjärde konsument kan tänka sig att handla varor via mobiltelefonen

Även om e-handel via mobiltelefon inte riktigt kommit igång kan var fjärde konsument tänka sig det, vilket är något fler jämfört med för ett år sedan. Hälften av konsumenterna är fortfarande skeptiska till att använda mobiltelefonen när de ska handla varor på internet.

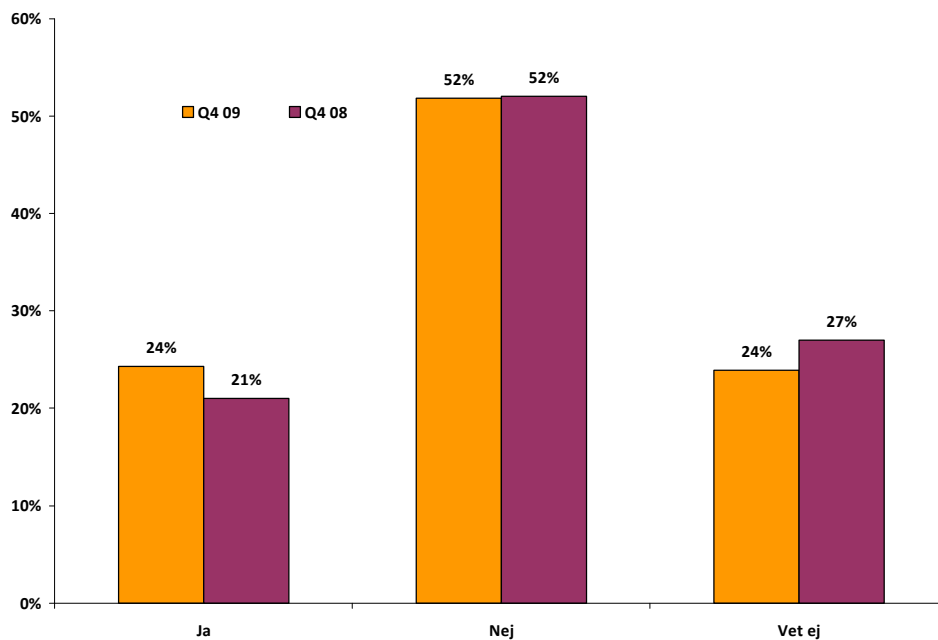


Diagram 12:

Skulle du kunna tänka dig att använda mobiltelefonen när du handlar varor på nätet?

Kommentarer till e-barometern:

- 2010 har alla förutsättningar att bli ett mycket spännande år för e-handeln. Mycket talar för att 2010 är året då vi kommer att få uppleva ett genombrott för e-handel via mobiltelefonen. En ny generation telefoner, exempelvis iPhones, som allt fler konsumenter skaffar öppnar nya möjligheter att handla via denna kanal, som hittills upplevts som krånglig och begränsad av många, säger Arne Andersson, e-handelsspecialist på Posten.
- Den starka avslutningen på e-handelsåret 2009 medförde att helårsutvecklingen blev betydligt bättre än väntat. Hushållen har under lågkonjunkturen fått ta del av flertalet stimulanser, främst en låg ränta, vilket hållit konsumtionen uppe. Därtill har e-handeln ett erbjudande som passar svaga tider mycket bra. Sannolikt har man under året också fått in fler prismedvetna konsumenter som kommer att förbli lojala till e-handelskanalen och höja försäljningen framöver, säger Jonas Arnberg på HUI.