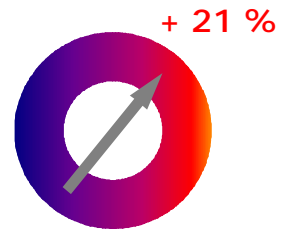


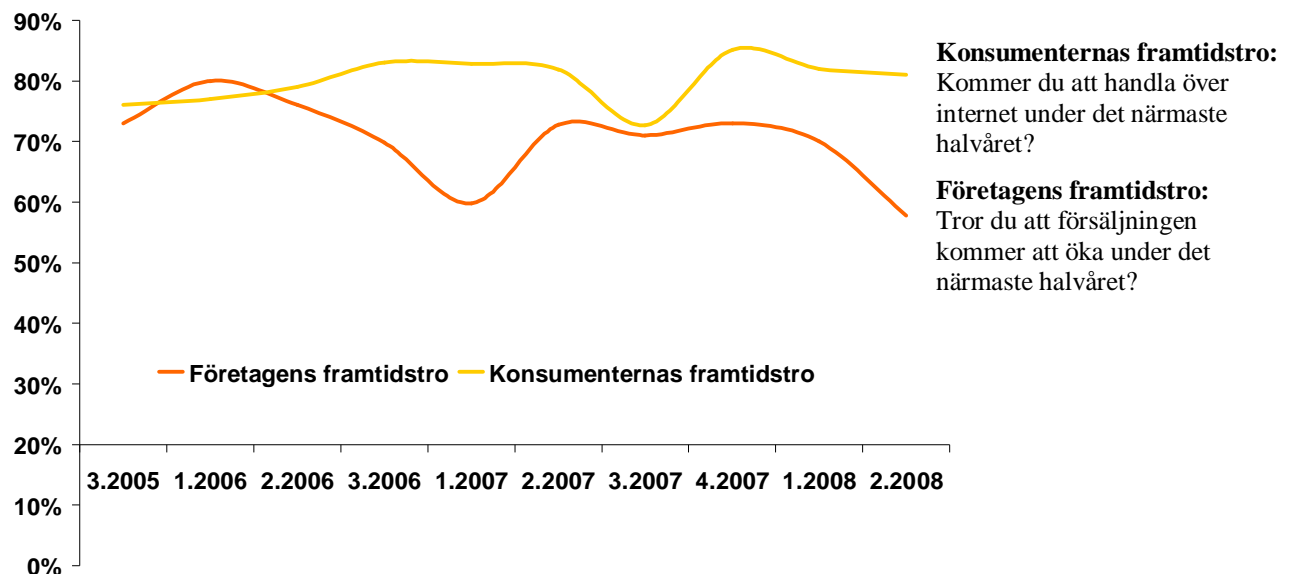
e-barometern



Posten och HUI presenterar e-barometern för Q2 – 2008

E-handeln växer sig allt starkare

Försäljningen över internet ökade under årets andra kvartal med 21,1 procent. Den svagare konjunkturen, som resulterar i lägre tillväxttal för den traditionella detaljhandeln, har inte påverkat e-handeln. Framtidstron är relativt stark, framförallt bland konsumenterna. Företagens optimism har avtagit något, men majoriteten av e-handelsföretagen bedömer ändå att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret. Detta talar för att e-handels totala omsättning fortsätter att utvecklas i hög takt. Prognosen för e-handels omsättning 2008 är att den för första gången passerar 20 miljarder kronor och utgör cirka 4 procent av den totala detaljhandeln.



- E-handels försäljning steg under det andra kvartalet år 2008 med 21,1 procent jämfört med andra kvartalet 2007.
- Prognosen för e-handels omsättning 2008 är oförändrad, 21 miljarder kronor. E-handelsförsäljningen skulle därmed utgöra 4 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.
- Framtidstron är fortsatt stark bland såväl konsumenterna (81 procent) som bland e-handelsföretagen (58 procent).
- SMS-avi används allt flitigare av företagen.
- För konsumenten är snabba leveranser väldigt viktigt när man handlar på nätet.
- Snittköpet ligger i intervallet 201-500 kronor.

Om undersökningen

AB Handelns Utredningsinstitut (HUI) följer tillsammans med Posten AB och Svensk Distanshandel den svenska detaljhandelns utveckling inom e-handeln. Informationen till aktuell e-barometer har samlats in under juli månad 2008 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, HUI, 08-762 72 90 och Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Posten Medierelationer; 08-23 10 10.

Företagens försäljningsutveckling

E-handelsföretagen optimistiska

Försäljningsökningen på 21,1 procent under andra kvartalet visar att allt fler konsumenter handlar via internet och att allt fler företag ser möjligheter i att via internet nå större kundgrupper. Fjolårets omsättning uppgick till knappt 18 miljarder kronor och under året väntas omsättningen landa på 21 miljarder. E-handelsföretagen är också optimistiska inför framtiden. 58 procent av företagen bedömer att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret. Detta är en något lägre siffra än tidigare (70 procent), men relaterat till den traditionella butikshandeln är andelen optimister betydligt fler.

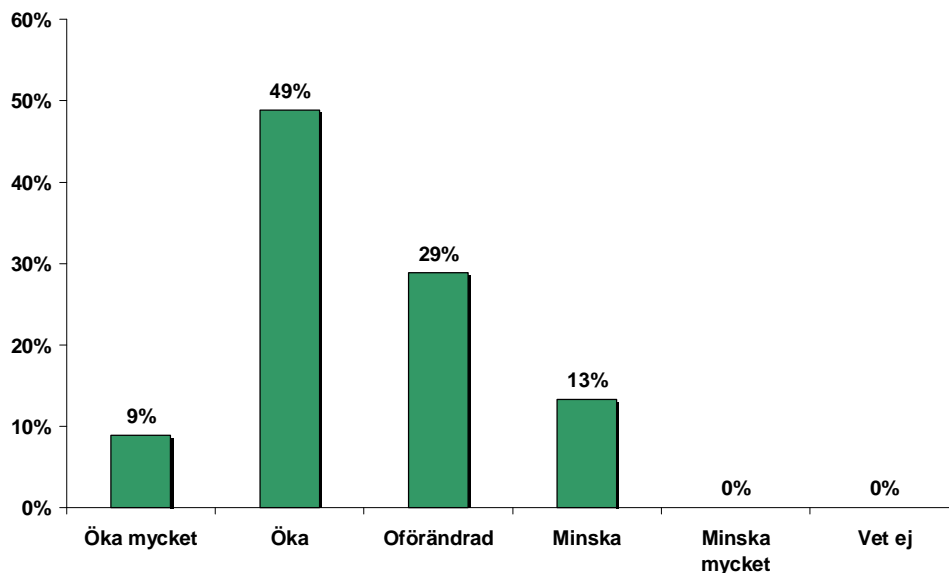


Diagram 1:
Hur tror du att försäljningen kommer att utvecklas under det närmaste halvåret?

SMS-avisering allt vanligare

Kravet på snabba leveranser är högt inom e-handeln och det blir allt vanligare att mottagaren får avin via sms. Sms-aviseringen innebär att det både blir enklare och snabbare för kunden. Varan kan hämtas direkt eftersom avin levereras till telefonen och det räcker med att visa upp sms:et och en giltig id-handling. Under fjolåret, då samma fråga ställdes till e-handelsföretagen, svarade 18 procent att mellan 26-100 procent av deras paket sms-aviserades. Idag, ett år senare, är siffran 45 procent vilket visar att aviseringsformen blivit betydligt vanligare. Under andra kvartalet 2008 fördubblades antalet sms-aviserade postpaket, som Posten hanterar, jämfört med samma period förra året.

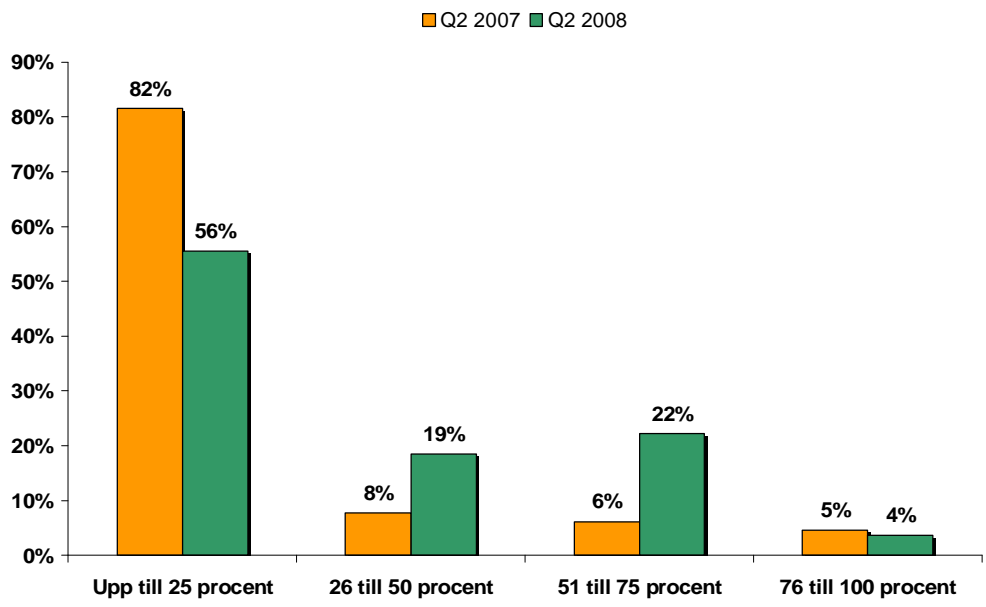


Diagram 2:
Hur stor andel av dina leveranser uppskattar du aviseras via SMS?

e-handelskonsumenterna

E-handelskonsumenternas starka optimism håller i sig. På den återkommande frågan om framtida internetköp svarade 81 procent av konsumenterna att de planerar att handla varor över internet under det närmaste halvåret. Konsumenterna är överlag positiva, de mest positiva finns i åldersspannet 23-35 år, där 92 procent tror att de kommer att handla på internet under det kommande halvåret.

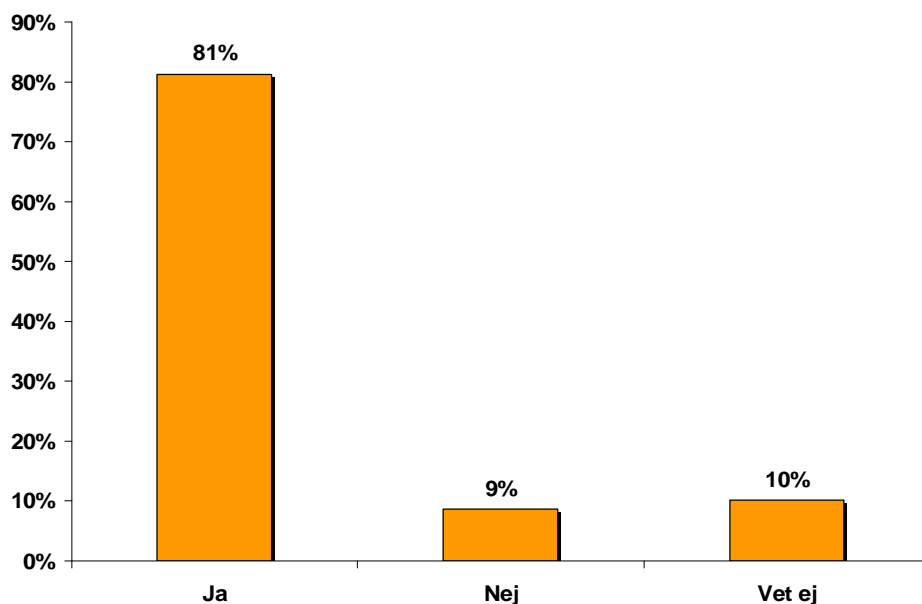


Diagram 4:
Tror du att du kommer att handla produkter på Internet under de närmaste sex månaderna?

7 av 10 köp understiger 1000 kronor

Det vanligaste köpbeloppet ligger fortfarande i intervallet 201-500 kronor – en tredjedel av konsumenterna uppger att de senast handlade för detta belopp. En möjlig förklaring till detta är att cd-skivor, böcker och filmer, som har haft stora framgångar på internet, ligger i detta prisintervall. Cirka 70 procent av konsumenternas köp understiger 1000 kronor.

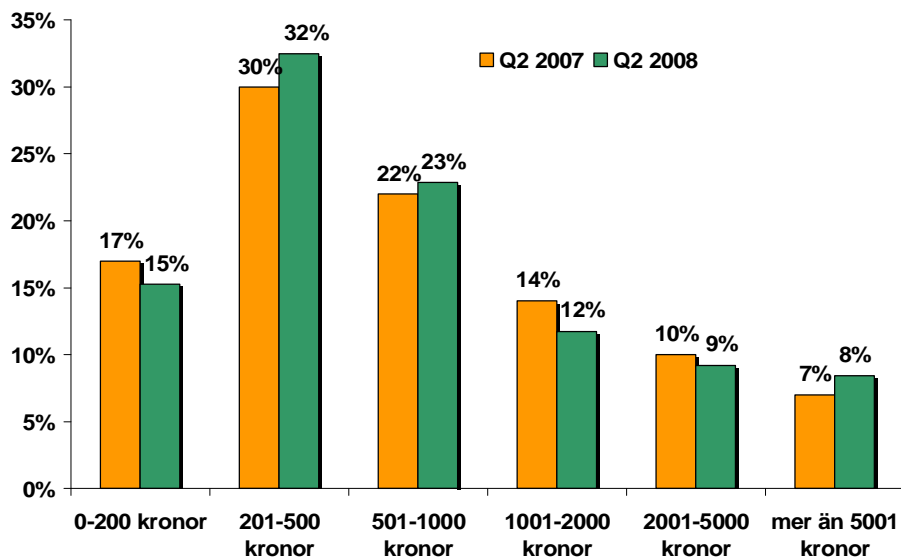


Diagram 5:
Hur mycket handlade du för vid ditt senaste köp över Internet?

Snabb leverans viktigast

På frågan vad som är viktigast när det gäller leverans av varor hamnar en snabb leverans överst. 66 procent tycker att detta är den viktigaste aspekten av själva leveransen. Närmare 80 procent av konsumenterna i åldersspannet 14-22 år anser att en snabb leverans är viktigast, medan motsvarande siffra för konsumenterna i åldersgruppen 56+ endast är 40 procent.

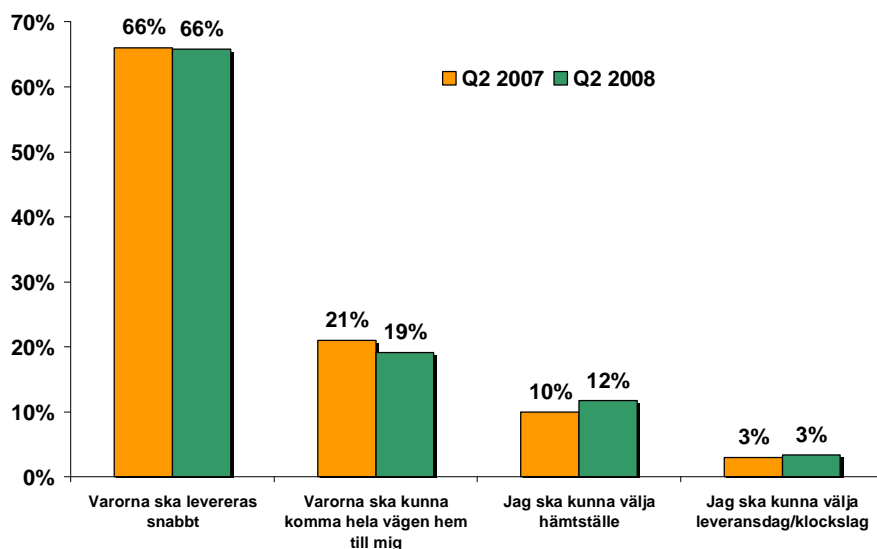


Diagram 6:

Vad är viktigast för dig när det gäller leveransen av de varor som du handlar på Internet?

Nära hälften av konsumenterna hämtar sina varor på kvällstid

Nära hälften, 45 procent, av e-barometerns panel föredrar att hämta sina varor efter klockan 18.00. I åldersspannet 23-55 år föredrar en högre andel att hämta sina varor efter klockan 18.00 jämfört med andra åldersgrupper. Något fler, 49 procent, föredrar att besöka sitt utlämningsställe mellan klockan 09.00 och 18.00.

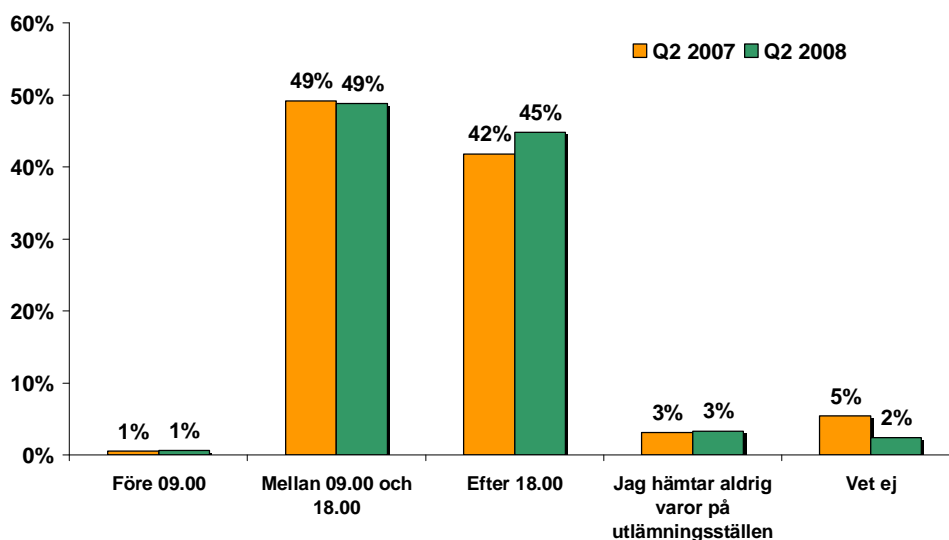


Diagram 8:

När på dygnet passar det dig bäst att hämta beställda varor på utlämningsställen?

Kommentarer till e-barometern:

Posten

– Vi upplever att fler av våra kunder ställer krav på snabba leveranser och även den växande skaran av e-handelskunder vill ha sina varor snabbt och säkert. Smarta lösningar för företagen och deras kunder, som exempelvis sms-avisering, är också uppskattade. De bidrar till att konsumenterna kan hämta ut sina varor än snabbare. Det är två viktiga ingredienser till att e-handelns tillväxt fortsätter, säger Anders Holm, chef för Posten Logistik Sverige.

HUI

Försäljningen över internet fortsätter att öka starkt. Den avmattning som blivit märkbar i den traditionella handeln har inte påverkat e-handeln. Bedömningen är att e-handeln fortsätter att växa kraftigare än traditionell butikshandel, säger Jonas Arnberg, analytiker på 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 juli månad 2008 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, HUI, 08-762 72 90 och Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Posten Medierelationer; 08-23 10 10.