

E-handeln fortsätter tappa andra kvartalet

E-handeln fortsätter att tappa i omsättning med åtta procent under årets andra kvartal visar en rapport från PostNords E-barometer. Apoteksbranschen fortsätter att öka och förändrade konsumentbeteenden utmanar e-handeln.

Sverige är på väg in i en lågkonjunktur vilket innebär mindre pengar i plånboken hos konsumenterna som blir försiktigare i sitt spenderande där till exempel sällanköpsvaror som elektronik, vitvaror och heminredningsartiklar får vänta.

- Vi såg redan i våras hur uppgången i e-handeln började klinga av och den nedgång på 8 procent som E-barometern redovisade för första kvartalet följs nu upp, av samma siffra för andra kvartalet. E-barometerens siffror speglar omvärldens påverkan på e-handeln i stort. E-handeln förändras från stora kvantiteter till specifika kvaliteter när konsumenterna blivit alltmer tydliga, säger Mathias Krümmel, vd, PostNord Sverige

Konsumenternas köpbeteenden speglas bland annat i nya förväntningar på leveransen. Hur och när en vara kommer att levereras, är information som konsumenten vill ha redan i checkouten. Möjlighet till smidiga returer, gärna med digitala lösningar, är också något som blir viktigare och påverkar konsumentens vilja att klicka på köpknappen.

- Jag tycker att konsumentpåverkan är positivt eftersom det leder till behovsdriven förändring, inom många områden. För PostNord har till exempel vår storsatsning på paketboxar kommit helt rätt i tiden, vilket E-barometerens undersökningar visar. Med paketboxar får konsumenterna tillgång till de flexibla leveranser som de efterfrågar, säger Mathias Krümmel.

Några siffror ur rapporten:

- E-handelstillväxten under Q2 2022 var negativ och hamnade på -8 procent.
- Endast två kategorier har fått en positiv tillväxt nämligen Apoteksvaror som växte med 4 procent och Kläder och skor som växte med 1 procent.
- De kategorierna som har minskat mest under senaste kvartalet har varit dagligvaror med -28 procent, sport och fritid med -12 procent och Böcker och media med -9 procent.
- Nästan 4 av 10 e-handlande konsumenter har någon gång under senaste året avstått från att köpa en vara från en e-handlare för att de inte erbjöd leveransalternativet de föredrog.
- Intresset för paketboxar har ökat snabbt under de senaste åren. Allt fler väljer att hämta ut sina paket i en paketbox. Jämfört med fjolåret har vi sett en ökning med 6 procentenheter, från 12 till 18 procent.
- 32 procent har betalat extra under det senaste året för att få varan levererad som man vill.
- 9 av 10 varor som returneras återvänds till sajten för att säljas igen, 9 procent förstörs.

PostNord följer utvecklingen inom svensk e-handel, i samarbete med HUI Research och Svensk Digital Handel. E-barometern Q2 bygger på resultaten av en företagsundersökning (genomförd under augusti 2022) och konsumentundersökningar (genomförda mellan maj och juli 2022 av Kantar). Totalt svarade omkring 9 500 svenskar (18–79 år gamla) på konsumentundersökningarna som är gjorda med ett riksrepresentativt urval bland de 95 procent av svenskarna som har tillgång till internet.