



2020-01-15 11:07 CET

Julhandeln ökade både i butik och på nätet

Minskad ekonomisk tillväxt och räntehöjning till trots så ökade den svenska julhandeln. För hela december ökade köpen på nätet med 11,7 procent och handeln i fysiska butiker med fyra procent jämfört med ifjol, visar statistik från betal företaget Nets.

Julhandeln i Sverige slog – som förutspått – nytt rekord. Svenskarna handlade julklappar som aldrig förr både på nätet och i butik. Detta trots att en del gör sina julklapps köp redan under Black Week i november och i en tid av dämpad tillväxt liksom räntehöjning till nollränta.

Handeln i fysiska butiker ökade

Handeln under hela december i svenska fysiska butiker, dvs detaljhandeln, ökade med 4 procent i omsättning* jämfört med ifjol. Det genomsnittliga köpet minskade dock något från 373 till 360 kr. Det var framförallt utanför storstäderna som handeln var god, medan den var något svagare i storstäderna med undantag från Malmö. Siffrorna kommer från mätningar hos de många tusentals handlare i Sverige som använder Nets tjänster för köp i fysiska butiker.

– Det är glädjande siffror för den fysiska handeln som är under press från e-handeln. Det är tydligt att man fortfarande gillar att gå runt i butiker för att handla, kundupplevelsen i fysisk butik slår ju den på nätet alla gånger. Fysiska butiker har också fördelen av att ju närmare jul man kommer så finns det ändå ingen oklarhet kring leverans, säger Patrick Höijer, Sverigechef för Nets.

Handeln på nätet ökade

Handeln under hela december i svenska webbutiker ökade med 11,7 procent i antal transaktioner**.

– En stark tillväxt igen för e-handeln, trots att en stor del av julhandeln på nätet skedde redan under november. Siffrorna för både butikshandeln och e-handeln visar att båda kanalerna är fortsatt viktiga för kunderna. De butikskedjor som satsar på att koppla ihop sin butikshandel och e-handel gör alltså helt rätt, säger Patrik Müller, e-handelsexpert på Nets.

E-handeln har varit allmänt het länge och uppvisar rekord på rekord vilket pressar den fysiska handeln. Konsumenterna tycker att det är enkelt och bekvämt att handla på nätet, och det är även enklare att göra prisjämförelser och research om sina produkter. Fysiska butiker kan dock ge en betydligt bättre kundupplevelse, att titta på och testa produkterna innan köp. Man slipper även bekymra sig över leveranser. Det kan även bli mer spontanköp när konsumenterna väl är i butikerna.

*Ökning eller minskning av omsättning, i kronor.

**Ökning eller minskning av faktiska transaktioner, dvs antal köp.

Siffrorna kommer från mätningar hos de många tusentals handlare i Sverige

som använder Nets tjänster för köp i fysiska butiker liksom på nätet och är normaliserade för att ge en korrekt bild. Ett statistiskt säkerställt och representativt urval används för att kunna jämföra på samma sätt mot föregående år.

För mer information:

Patrick Höijer, Sverigechef Nets
phojj@nets.eu, 0709-60 36 79

Patrik Müller, e-handelsexpert Nets
patrik.muller@dibs.se, 0709-37 04 20

Om Nets

På Nets ser vi enklare betallosningar som grunden för utveckling och tillväxt – både inom handeln och samhället. Nets-koncernen har 3 500 medarbetare i ett antal länder i Europa och inkluderar nu DIBS, tyska Concardis och polska Dotpay/eCard. Vi hjälper hundratusentals företag och handlare samt hundratusentals finansinstitut att göra det enklare för sina kunder, samtidigt som man levererar oöverträffad säkerhet och stabilitet. Att skapa en enklare morgondag är det som driver oss.

Kontaktpersoner



Patrik Müller

Presskontakt

E-handelsexpert, Nets

patrik.muller@nexigroup.com

+46 709 370 420



Søren Winge

Presskontakt

Head of Press Relations, Nets

Norden

soeren.winge@nexigroup.com

+45 29 48 26 46



Peter Glüsing Pedersen

Presskontakt

Head of Media Relations, Nordics

Norden

peter.pedersen@nexigroup.com

+45 29 48 26 46