



2021-03-12 10:03 CET

## Miljarder lämnar Sverige via näthandel

**E-handeln är särskilt konkurrensutsatt eftersom det är lätt för svenskarna att jämföra priser och handla från hela världen. Ge en överlägsen upplevelse vid köpet, gör det tydligt att man är inhemsk liksom expandera till andra länder, är tipsen från e-handelsexperten till svenska webbutiker.**

– Under 2020 handlade en av fem svenskar från utländska webbsidor en vanlig månad och många miljarder lämnade således landet. Att Amazon nu lanserats i Sverige gör också webbutikerna nervösa, säger Patrik Müller, e-handelsexpert på Nets.

2019 slog e-handelsmarknaden ännu ett rekord då svenskarna handlade för hissande 310 miljarder kronor. Men under 2020 minskade konsumtionen för första gången till 215 miljarder kronor – ett historiskt tapp – främst på grund av att vi knappt köpte resor. Kategorin produkter blev således störst, där svenskarna också handlar en hel del i utländska webbutiker.

– I det stora hela är det bra för både svenska webbutiker liksom landet som helhet ju fler svenskar som handlar ”lokalt”. Även ur hållbarhetssynpunkt kan det finnas fördelar, det måste webbutikerna bli bättre på att tydliggöra för konsumenterna, fortsätter Patrik Müller.

### **Länderna som svenskarna handlar från och varför vi handlar utomlands**

Länderna som vi handlar mest från är Tyskland och Storbritannien, vilket knappt var tredje svensk handlat från\*. Exempelvis är tyska Zalando är en stor anledning, även Asos i Storbritannien. Därefter följer Kina och USA med 17 respektive 16 procent. Handeln från både Kina och USA har dock minskat på senare år på grund av förändrade momsregler och avgifter.

Svenskarna handlar i utländska webbutiker av flera olika anledningar, främst på grund av utbudet som nästan hälften uppger som anledning. Lägre priser är en annan anledning, drygt fyra av tio uppger detta. Faktorer som är svåra att konkurrera mot som svensk webbutik.

### **Så skapas mer inkommande miljarder**

För att svenska webbutiker ska bli vinnare måste de anpassa sig. Både vad gäller den inhemska marknaden för att möta trycket från utlandet, liksom att expandera internationellt.

Anledningarna till varför svenskarna inte handlar i utländska webbutiker är därför relevanta. Svårigheter med att returnera en produkt är den klart främsta anledningen, följt av att kostnaden för leveransen blev för hög, tullregler och långa leveranstider.

Men nästan en femtedel av svenskarna handlar inte i utländska webbutiker eftersom man vill stödja sitt land, eller för att man inte litar på utländska webbutiker. Även den miljömässiga aspekten, som knappt var femte svensk uppger som anledning, kommer sannolikt öka i takt med fortsatt fokus på klimatförändringar liksom att branschen anpassar sig till en mer klimatsmart

näthandel.

När det gäller försäljning till andra länder så har svensk e-handel gjort ett visst avtryck i Norden. Tio procent av finländarna har handlat från en svensk webbutik en vanlig månad\*. I Danmark är det åtta procent och i Norge sex. Utanför Norden sjunker dock siffrorna snabbt. För länder så som Tyskland, Schweiz och Österrike är det inte mer än omkring en procent.

– Svenska webbutiker står sig bra i den nordiska konkurrensen men behöver nu anpassa sig och höja ambitionsnivån internationellt på grund av den ökade konkurrensen på hemmaplan. Det viktigaste är såklart att ge kunderna en överlägsen upplevelse vid köpet, men tydliggörande att man är svensk webbutik och framhäva den miljömässiga aspekten kan hjälpa. Och såklart att ge sig ut i världen och konkurrera globalt så som de flesta andra gör, avslutar Patrik Müller.

*\*Den senaste månaden och ett genomsnitt av ett antal veckovisa mätningar. Uppgifterna kommer från Nets årliga rapport Svensk E-handel 2020, en statistikfylld rapport som ger en detaljerad bild av hur svenskarna handlar på nätet. Rapporten som lanseras i sin helhet den 17 mars är baserad på en undersökning av Sifo/Kantar som genomförs löpande per vecka (tidsperioden är juni till december 2020) och som bygger på intervjuer med totalt 1 500 svenskar.*

### **För mer information:**

Patrik Müller, e-handelsexpert på Nets  
pmull@nets.eu, 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 över 4 000 medarbetare i ett antal länder i Europa och inkluderar nu DIBS, tyska Concardis och polska Dotpay/eCard. Vi hjälper hundratusentals företag och handlare samt hundratals finansinstitut att göra det enklare för sina kunder, samtidigt som vi 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](mailto:patrik.muller@nexigroup.com)

+46 709 370 420



### **Søren Winge**

Presskontakt

Head of Press Relations, Nets

Norden

[soeren.winge@nexigroup.com](mailto:soeren.winge@nexigroup.com)

+45 29 48 26 46



### **Peter Glüsing Pedersen**

Presskontakt

Head of Media Relations, Nordics

Norden

[peter.pedersen@nexigroup.com](mailto:peter.pedersen@nexigroup.com)

+45 29 48 26 46