

# DIBS e-handelsindex

Sverige

Oktober 2009



2009-10-27 09:10 CET

## Svensk e-handel för 54 miljarder kronor

Svensk e-handel har fortsatt goda tider, trots negativ tillväxt i den svenska ekonomin. Det visar det senaste utgåvan av DIBS e-handelsindex som publiceras i dag av DIBS Payment Services i samarbete med analysinstitutet M3 Research. DIBS e-handelsindex visar bland annat att svenskarna e-handlar för 54 miljarder per år, att storförbrukarna står för hälften av e-handeln och att e-butiker och konsumenter förväntar sig ökad e-handel.

DIBS E-handelsindex oktober 2009 som publiceras idag visar att 4,8 miljoner svenskar har e-handlat de senaste sex månaderna. Det motsvarar hela 94% av alla svenskar i åldrarna 15-64 år som har internetanslutning. Den årliga e-handeln i Sverige uppskattas till hela 53,9 miljarder kr. Potentialen för fortsatt tillväxt är stor eftersom genomsnittskonsumenten i Sverige bara gör

ungefär ett köp per månad (6,6 per halvår) på nätet och e-handeln står för endast en liten del av den totala konsumtionen.

I Sverige handlar nu kvinnor och män för nästan lika mycket på nätet. Det är fler kvinnliga än manliga konsumenter på nätet i alla kategorier förutom elektronik samt med liten marginal mat och dryck.

En viktig kundgrupp för e-handeln är "heavy spenders" som handlar för över 10 000 kronor per halvåret. Trots att dessa bara utgör 17 % av de svenska e-konsumenterna står de för 49 % av den totala e-handeln.

E-handel drivs dels av renodlade online-företag, men är också ett naturligt komplement för traditionella butiker för att nå nya kunder och köpvanor. En femtedel av e-butikerna har 75 % eller mer av sin omsättning på nätet, medan över hälften av e-butikerna uppger att e-handeln utgör under 10 % av deras totala omsättning, vilket också visar på möjligheter för framtida tillväxt.

Fortsatt tro på tillväxt

Hela 90 % av svenska e-butikerna förväntar sig att e-handeln ska öka under de kommande 12 månaderna. Motsvarande siffra ifjol var 88 % och e-butiker går alltså genom den ekonomiska krisen med ökat tilltro till sin förmåga att växa.

Cirka 82 % av de svenska konsumenterna tror att de kommer behålla eller öka dagens nivå av e-handel. Bara 8 % tror att de kommer att minska sin konsumtion via Internet. Konsumenterna anger att de kommer öka sina inköp främst inom kläder, hemelektronik och hälso- och skönhetsprodukter. Av de som handlat på nätet över 25 gånger det senaste halvåret anger hela 91 % att de ska öka sina online-inköp av datorer och 96 % att de ska öka sina inköp av kläder. De som redan nu handlar för störst belopp, heavy spenders, är också de som också förväntar sig att öka sin konsumtion på nätet mest. Detta visar en snöbolls-effekt; ju mer van en konsument är att handla på nätet desto snabbare ökar han eller hon sin e-handel.

Vi köper främst upplevelser

Den största kategorin inom e-handeln är resor sett till omsättning. Över en tredjedel (36 %) av all e-handel utgörs av bokning av flygbiljetter, hotell med mera i samband med resor. Undersökningen indikerar att cirka 180 000 svenskar köpt resor på nätet för mer än 20 000 kr under det senaste halvåret.

Upplevelser genom media och underhållningstjänster står för ytterligare 10 % av e-handeln. En stor del av dessa tjänster både säljs och konsumeras digitalt, t.ex. musik, mjukvara, dataspel, avgifter till communities och så vidare.

Den näst största kategorin är elektronik som står för 22 % av handeln på nätet. Elektronik är den kategori där köpbeteendet varierar mest mellan könen, två tredjedelar av alla män köper elektronik på nätet, men bara en tredjedel av alla kvinnor.

Kläder och skor är den tredje största kategorin på nätet med 11 % av total handel. Denna kategori kommer antagligen att fortsätta växa snabbt, eftersom klädinköp anges av flest konsumenter som den kategori där de förväntar sig att öka sina inköp.

Vi e-handlar för att det är bekvämt

I dag handlar de flesta konsumenter på nätet för att spara tid, för att nå lägre priser, för att slippa bry sig om öppettider, eller för att det är lättare att jämföra priser än i traditionell handel. Unga konsumenter är mer prismedvetna och intresserade av bredden i utbudet, medan äldre konsumenter fokuserar på bekvämlighet och möjligheten att handla utanför normala öppettider.

Svenska konsumenter vill se lägre totala kostnader för att öka e-handeln. Att e-butikerna erbjuder fler betalningssätt kan också öka handeln anger 37 % av konsumenterna.

E-handel internationaliseras

Cirka 25 % av alla svenskar har handlat från en utländsk sida. Bland personer under 34 års ålder är andelen något större, runt 30 %. Av de konsumenter som har handlat mer än 11 gånger de senaste sex månaderna har cirka 40 % handlat från en utländsk webbutik. Det kan tolkas som att större vana att handla på nätet leder till ökat intresse för utländska sajter, trots högre fraktkostnader. I våra grannländer är utvecklingen liknande, vilket innebär att handeln internationaliseras vilket öppnar möjligheter för svenska sajter att nå nya köpgrupper utomlands.

Möjligheter att minska antalet avbrutna köp

Hela 31 % av de svenska e-konsumenterna vill betala med kort och nästan lika många via Internetbank. En fjärdedel vill betala med faktura. Av de e-

konsumenter som avbrutit ett köp anger 47 % att det är för e-butiken inte erbjuder den betalningslösning kunden vill ha. E-butiken kan lätt adressera detta, samt minska antalet avbrutna köp genom att informera bättre om villkoren och göra det enklare att registrera personuppgifter.

Ovanstående är några av slutsatserna i DIBS e-handelsindex oktober 2009 som publiceras idag. För mer information vänligen kontakta DIBS.

#### Om DIBS e-handelsindex

DIBS e-handelsindex har analyserat all nordisk e-handel i alla branscher. Årets upplaga av DIBS e-handelsindex omfattar intervjuer med 4 000 Internetanvändare i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Dessutom ingår 717 e-butiker i Sverige, Norge och Danmark. Datainsamlingen är utförd av analysinstitutet M3 under juli och augusti 2009 genom Internet-intervjuer.

För ytterligare information vänligen kontakta:

Eric Wallin, VD, tel. 08-527 525 03 alternativt 0703 29 77 74 eller e-post: [eric.wallin@dibs.se](mailto:eric.wallin@dibs.se)

*DIBS Payment Services är Nordens ledande oberoende leverantör av funktionella, säkra och innovativa betaltjänster för handel via Internet. DIBS hanterar dagligen mer än 10 000 kunders transaktioner och har kontor i Stockholm, Göteborg, Oslo och Köpenhamn. DIBS är listat på First North med HQ Bank som Certified Adviser.*

---

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

E-handel

[pmull@nets.eu](mailto:pmull@nets.eu)

0709-370 420



### **Søren Winge**

Presskontakt

Head of Press Relations, Nets

[swing@nets.eu](mailto:swing@nets.eu)

+45 29 48 26 46