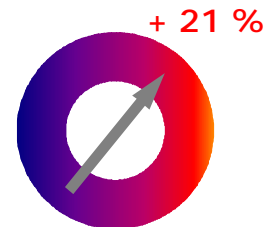


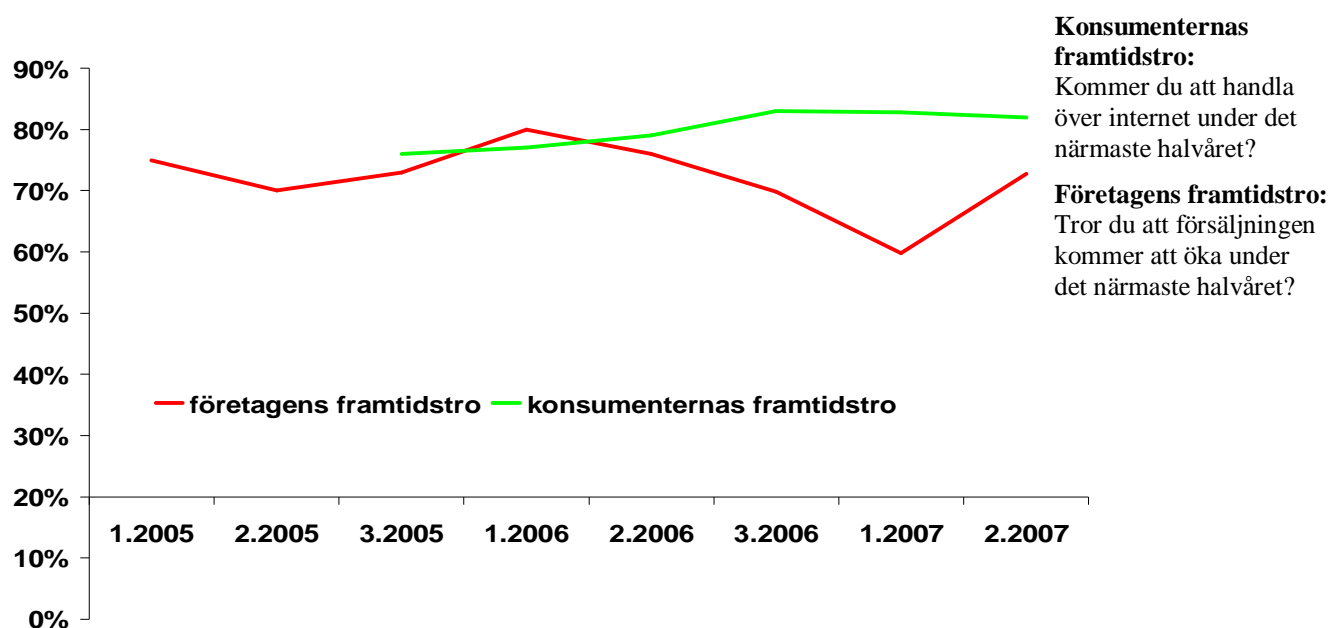
e-barometern



Q2 - 2007

Fortsatt stark utveckling för e-handeln under årets andra kvartal

E-handels försäljning fortsätter att växa kraftigt och steg under årets andra kvartal med 21 procent. Även om försäljningsökningen är kraftig utgör tillväxten under kvartal 2 den lägsta uppmätta sedan e-barometerns mätningar påbörjades under 2005. Jämfört med den traditionella detaljhandeln är försäljningstillväxten emellertid mer än dubbelt så kraftig och optimismen inför framtiden är god. 73 procent av företagen bedömer att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret.



- E-handels försäljning steg under årets andra kvartal med 21 procent jämfört med andra kvartalet 2006.
- Framtidstron är fortsatt stark hos såväl e-handelsföretag (73 procent) som hos konsumenterna (82 procent).
- SMS-avisering är en tjänst på frammarsch.
- Viktigast för kunden är att varan levereras snabbt och ändå hem.
- Vid avhämtning av beställda paket besöker två av fem kunder (41,8 procent) sitt utlämningsställe på vardagar efter klockan 18.00.

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 2007 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, 08-762 72 90 och Malin Ilbäcken, 08-762 72 92.

Företagens försäljningsutveckling

E-handelns försäljning fortsätter att växa kraftigt och steg under årets andra kvartal med 21 procent. Även om tillväxten är kraftig utgör tillväxten under kvartal 2 den lägst uppmätta sedan e-barometerns mätningar påbörjades under 2005. Att tillväxten svalnat något är naturligt i takt med att försäljningskanalen mognar. Den något långsammare utvecklingen förklaras dels av att tillväxten hos de klassiska postorderföretagen avstannat något, dels av att de små e-handelsföretagens försäljningsutveckling mattats. Jämfört med den traditionella detaljhandeln är försäljningstillväxten emellertid mer än dubbelt så kraftig och optimismen inför framtiden är god.

Stark framtidstro bland e-handelsföretagen

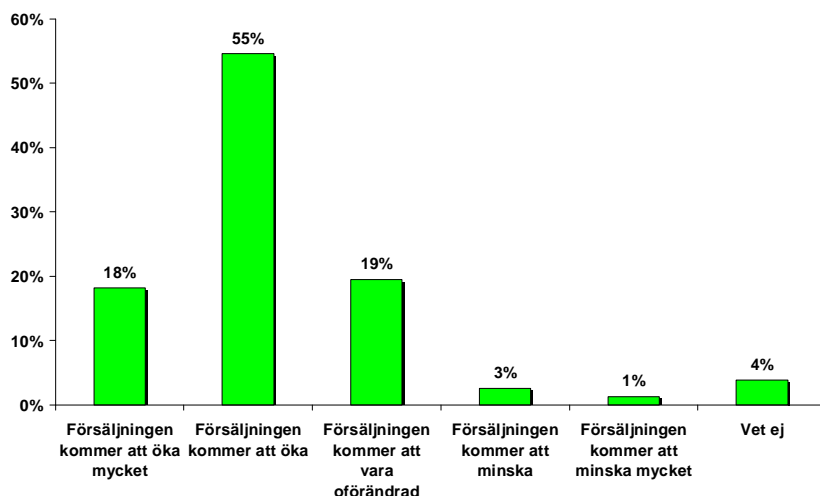


Diagram 1:

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

Över hälften av respondenterna (55 procent) tror att försäljningen kommer att öka under den närmaste 6 månadersperioden. Nästan en femtedel (18 procent) tror dessutom att försäljningen kommer öka mycket medan ungefär lika stor andel (19 procent) väntar sig en oförändrad försäljning under perioden. Andelen negativa handlare är mycket få, endast 4 procent bedömer att försäljningen kommer att minska under det närmaste halvåret.

Att få varan levererad ända hem är viktigast

Utbud och pris är två avgörande faktorer för en framgångsrik e-handel. Lika viktigt om företagen vill bygga upp ett långsiktigt förtroende hos sina kunder är leveransen. På frågan vilka önskemål kunderna har kring leveransen svarar e-företagarna att kunden ser det som viktigast att få varan sänd ända hem (28 procent) medan en del (17 procent) vill kunna styra leveransen till en viss dag. Däremot är det inte så vanligt att kunden begär att leveransen ska komma en viss tid utan är i så fall mer angelägna om att den levereras till ett visst utlämningsställe för avhämtning.

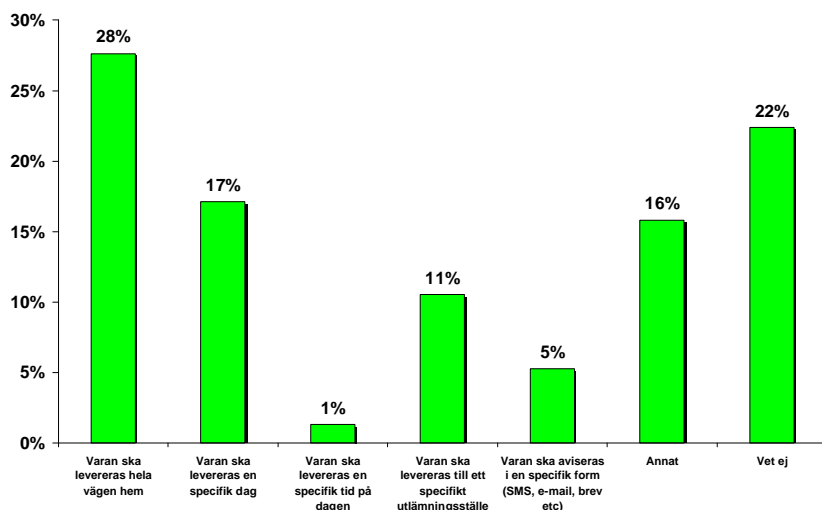


Diagram 2:

Vilket önskemål är det vanligaste era kunder (privatpersoner) har på leveransen?

En relativt stor andel e-handlare (22 procent) uppger att de inte vet om deras kunder har några särskilda önskemål kring leveransen. Detta kan bero på att kunderna upplever utbud och pris som viktigare än själva leveransvillkoren och att många små e-handlare inte har något forum för att ta emot eller möjlighet administrera särskilda önskningar och åsikter.

SMS-avisering har ännu inte slagit fullt ut

Det vedertagna sättet att leveransen aviseras via post har sedan några år tillbaka fått ett komplement i SMS-aviseringen. Då varan är färdig för avhämtning på utlämningsstället skickas ett meddelande till kunden som tar emot detta via SMS i sin mobiltelefon. Fördelen är att kunden kan spara en dag och få sin beställda vara tidigare, något som de allra flesta konsumenter uppskattar. Trots de tekniska möjligheterna och enkelheten kring förfarandet med SMS-avisering används metoden i relativt liten utsträckning hos e-barometerns respondentföretag.

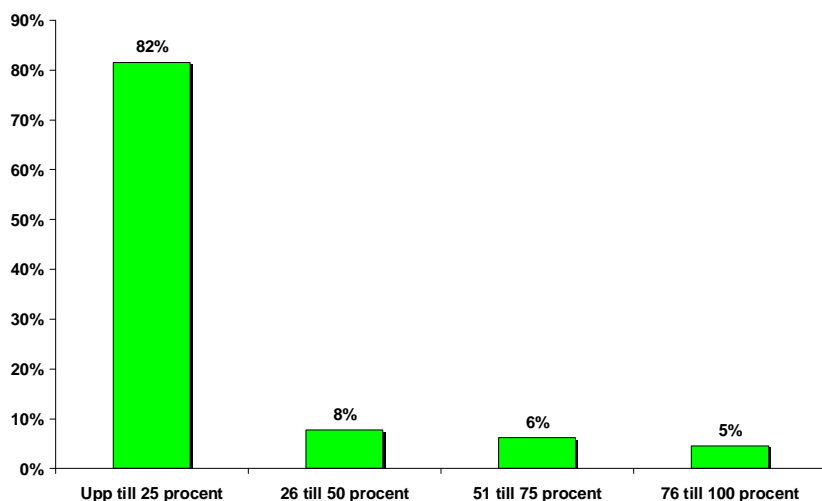


Diagram 3:

Hur stor andel av era leveranser uppskattar du aviseras via SMS?

Upp till 25 procent av företagets totala antal leveranser, SMS-aviseras. Men samtidigt är det faktiskt över 80 procent av företagarna som anger detta. Vilket gör att gruppen representerar den absoluta majoriteten av de svarande företagen. Att flertalet företagare använder sig av SMS-avisering men i ganska liten utsträckning tyder sannolikt på att detta är en tjänst vi bara sett början av och kanske kan man förvänta sig andra tekniska lösningar och alternativ framöver.

e-handelskonsumenterna

E-handelskonsumenternas optimism är fortsatt stark. De allra flesta (81,9 procent) bedömer att de kommer att fortsätta göra inköp via internet under det närmaste halvåret. Den positiva inställningen bland konsumenterna är bred och återfinns i samtliga åldersgrupper och regioner. Skillnaden bland åldersgrupperingarna är små men konsumenterna i åldrarna 23-35 år sticker ut som de mest optimistiska. Cirka 90 procent av dessa menar att de kommer att fortsätta nyttja internet som inköpskanal den kommande 6 månadersperioden.

Konsumenterna är fortsatt positiva till e-handel

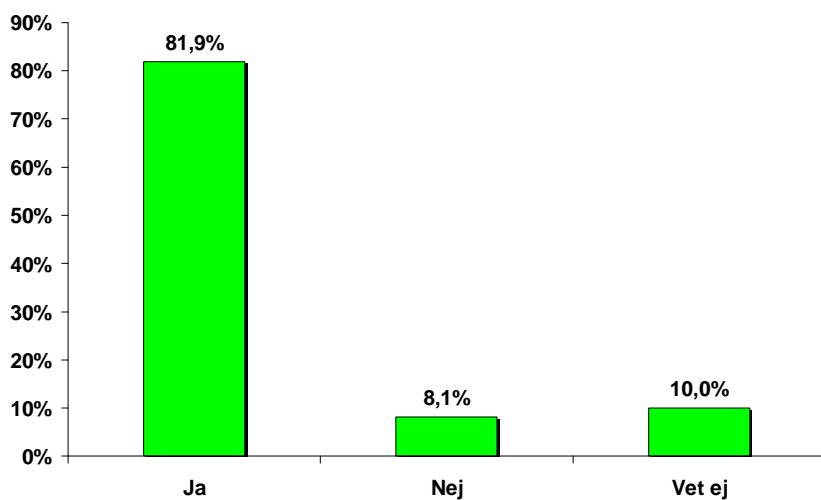


Diagram 4:

Tror du att du kommer att handla produkter på internet under de närmaste 6 månaderna?

Granskas regionala skillnader framgår att de mest positiva konsumenterna återfinns i Småland, på Öland och Gotland samt i Övre Norrland. Sannolikt spelar e-handels stora utbud roll i dessa konsumenters val att handla över internet.

Billiga produkter vanligast...

De flesta i e-barometerens konsumentpanel uppger att de handlar för relativt små summor via internet. Det vanligaste köpbeloppet, vilket utgör 30 procent av de svarandes inköp, ligger i intervallet 201-500 kronor. En klar majoritet (69 procent) av köpen understiger 1000 kronor. En möjlig förklaring är att cd-skivor, filmer och böcker är produkter som haft stora framgångar på internet. De är enkla att skicka och konsumenten vet precis vad han eller hon får. De är inte heller särskilt dyra och de flesta beställningar understiger sannolikt 1000 kronor.

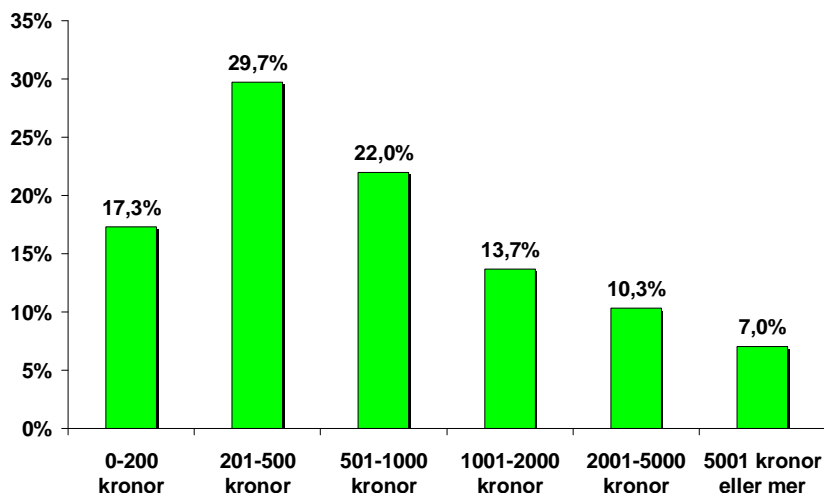


Diagram 5:

Hur mycket handlade du för vid ditt senaste köp över internet?

Dyrare varor (överstigande 2000 kronor) köps av dubbelt så många män som kvinnor med högst geografisk representation i regionerna Mellersta-, och Övre Norrland, följt av Stockholm. Intressant är också att de dyrare köpen ökat, 17,3 procent av köpen översteg 2000 kronor jämfört med e-barometern nr 1 år 2006 då motsvarande andel uppgick till 13 procent. Någon noterbar förändring har inte skett i de övriga prisintervallen.

... och snabb leverans är viktigast

Det är inte bara prisnivån som är utmärkande för e-handelsköpen. Även olika aspekter av själva leveransen är viktig för konsumenten. De allra flesta (65,5 procent) tycker att det viktigaste är att man får sina varor levererade snabbt. Särskilt otåliga verkar konsumenterna i de nedre åldersspannen (14-22 år och 23-35 år) vara medan man i Norrland istället prioriterar att leveransen ska kunna nå hela vägen hem till beställaren.

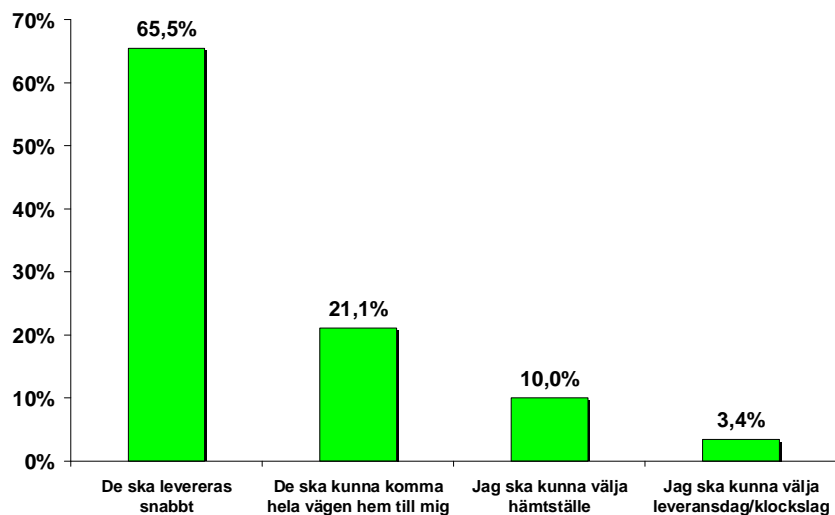


Diagram 6:

Vilket av följande alternativ är viktigast för dig vid leverans av varor som du handlar på internet?

Ökad tillgänglighet vid hämtning av e-handelsvaror...

Majoriteten av de svarande (82,6 procent) uppger att de besöker sitt utlämningsställe på en vardag för att hämta beställda varor. Bara 5,7 procent säger att hämtningen sker någon gång under veckoslutet. En stor andel av de svarande (41,8 procent) föredrar att besöka sitt utlämningsställe för att hämta sina varor efter klockan 18.00. Det beror möjligen på att utlämningsstället ligger lätt tillgängligt vid konsumentens arbetsplats eller i nära anslutning till den butik där man köper sina dagligvaror. Att konsumenten kan hämta sina varor efter klockan 18.00 är en följd av det stora antal utlämningsställen i livsmedelsbutiker och kiosker där öppettiderna är generösa, något som säkerligen bidragit till e-handels kraftiga försäljningstillväxt under de senaste åren. Exempelvis har den genomsnittliga tiden som paketen ligger och väntar på konsumenten minskat från 10 dagar på den tiden då paketen hämtades på ett postkontor till 2,5 dagar idag¹.

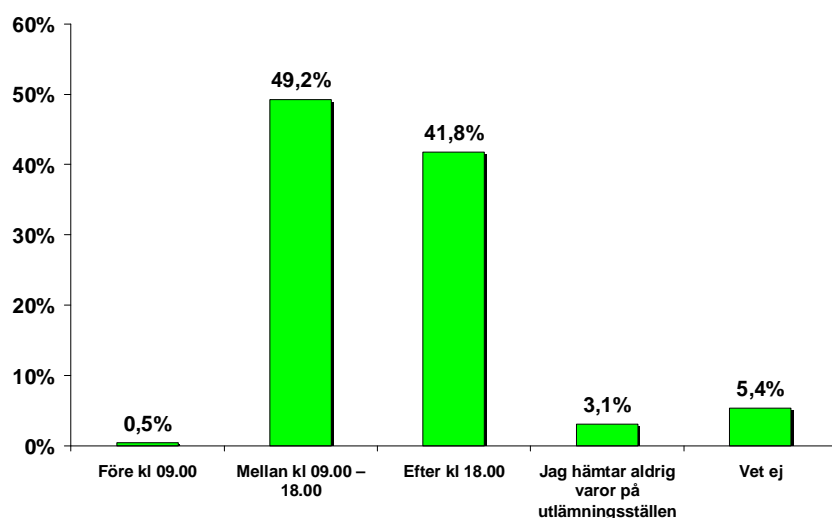


Diagram 7:

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

... samtidigt som många får leverans direkt hem

Nästan 30 procent av e-barometerns panel uppger att mer än hälften av det de beställer via internet levereras direkt till hemmet.

¹ Juni 2007

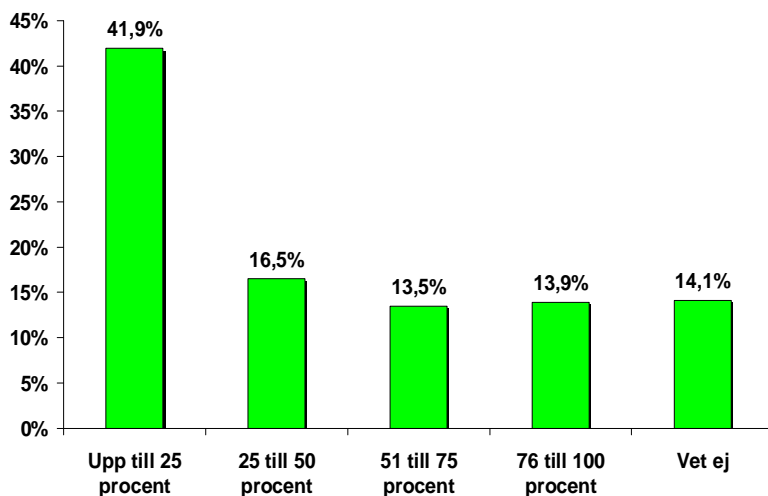


Diagram 8:

Ungefär hur stor andel av de varor som du köper på Internet får du levererade hem?

Kommentarer till e-barometern:

Posten

Undersökningen visar att de som e-handlar har höga krav på leveranskvalitet och tillgänglighet hos postombuden, men prioriterar också att få varorna hela vägen hem till den egna postlådan. I Posten ser vi också att användandet av SMS-aviseringar har fördubblats det senaste året, säger Erik Olsson, vd och koncernchef för Posten. Snabbhet och flexibilitet är nyckelkomponenter för att e-handeln ska fungera väl nu och i framtiden. Därför ser vi hela tiden över befintliga leveransalternativ och utvecklar dem efter kundernas behov och livsmönster, avslutar Erik Olsson.

HUI

E-handelns starka utveckling håller i sig. En viss avmattning har visserligen skett vilket är naturligt med tanke på den starka tillväxt vi sett tidigare. Både företag och kunder ser också ljus på framtiden vilket gör att vi kan vänta oss att e-handeln fortsätter att ta andelar av den traditionella handeln, säger Malin Ilbäcken, analytiker HUI. Undersökningen visar också att leveransen är avgörande för en framgångsrik e-handel. Både kunder och företag är överens om att leverans ända hem är det viktigaste vid köp via internet medan kunderna också prioriterar snabbhet, fortsätter Malin Ilbäcken.

Om undersökningen

AB Handels 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 2007 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, 08-762 72 90 och Malin Ilbäcken, 08-762 72 92.