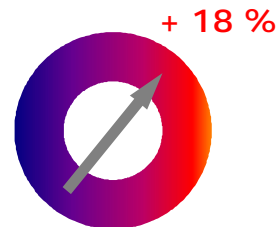


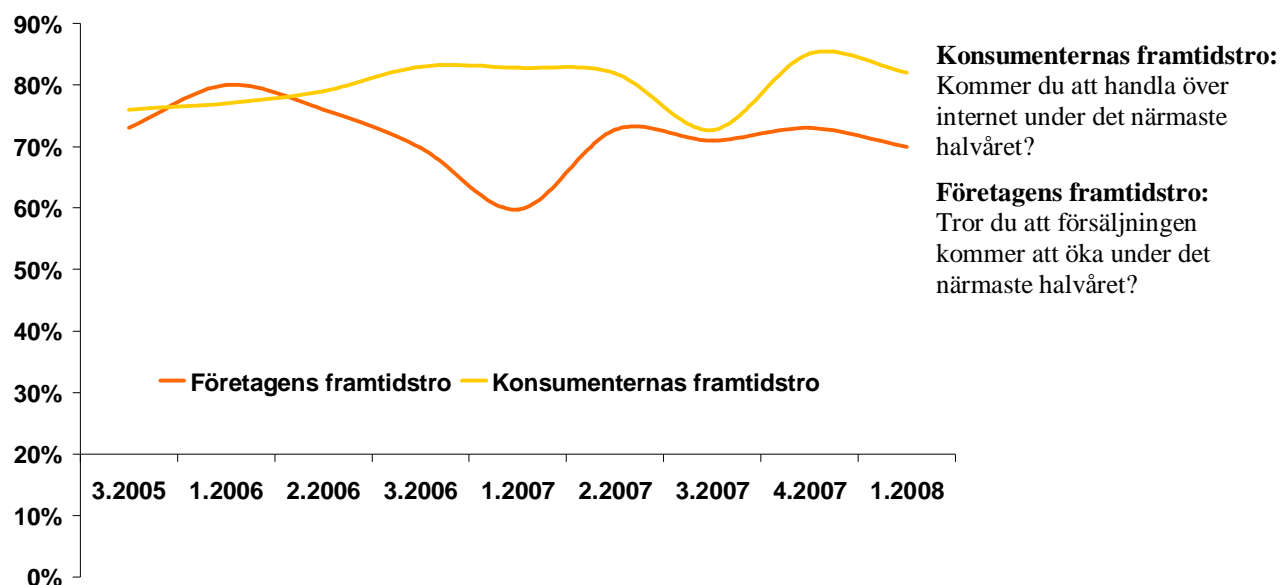
# e-barometern



Q1 - 2008

## Stark start på det nya e-handelsåret

Försäljningen över internet fortsätter att öka i rask takt. Under årets första kvartal steg omsättningen med 17,8 procent och e-handeln fortsätter därmed att ta marknadsandelar av den traditionella butikshandeln. Framtidstro är också stark, både bland företag och konsumenter, vilket talar för en fortsatt positiv utveckling för e-handels försäljning. Prognosen för e-handels omsättning 2008 är att den för första gången passerar 20 miljarder och utgör cirka 4 procent av den totala detaljhandeln.



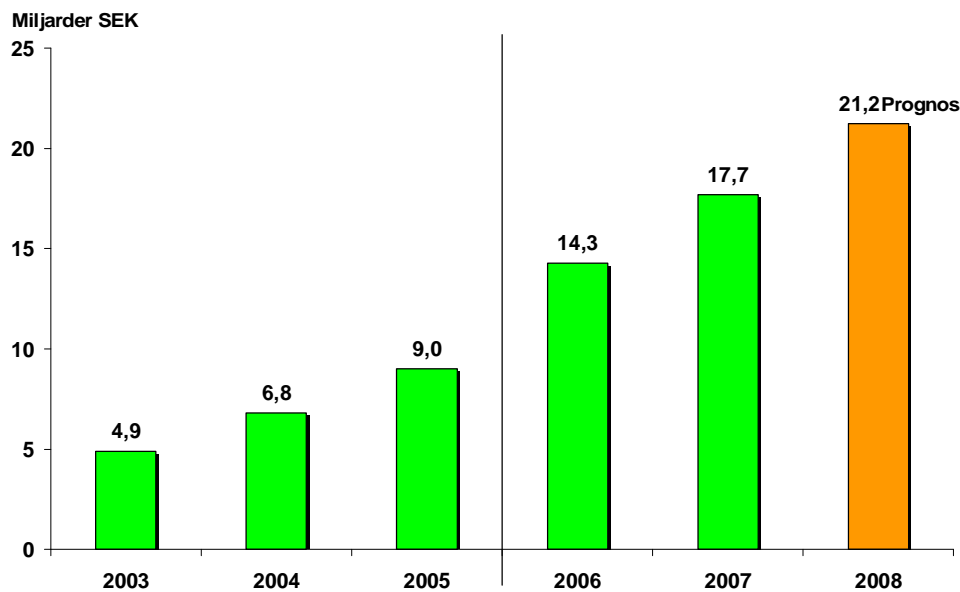
- E-handels försäljning steg under det första kvartalet år 2008 med 17,8 procent jämfört med första kvartalet 2007.
- Prognosen för e-handels omsättning 2008 är 21 miljarder kronor. E-handeln skulle därmed utgöra 4 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.
- Framtidstro är fortsatt stark bland såväl e-handelsföretagen (70 procent) som bland konsumenterna (82 procent).
- Konsumenterna skulle betala via direktöverföring via bank eller faktura om de fick välja, men det vanligaste köpet sker med kontokort.

### 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 april månad 2008 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 Jessica Lindblom, 08-762 72 85.

## Företagens försäljningsutveckling

Försäljningsökningen under 2008 års första kvartal, 17,8 procent, visar att e-handels omsättning fortsätter att stiga snabbt. Allt fler konsumenter handlar via internet och allt fler företag ser möjligheter i att via internet nå större kundgrupper. Fjolårets omsättning uppgick till knappt 18 miljarder och under året väntas omsättningen landa på 21 miljarder. E-handelsföretagen är också optimistiska inför framtiden. 70 procent av företagen bedömer att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret.



**Diagram 1:**  
E-handels omsättning,  
miljarder kronor.

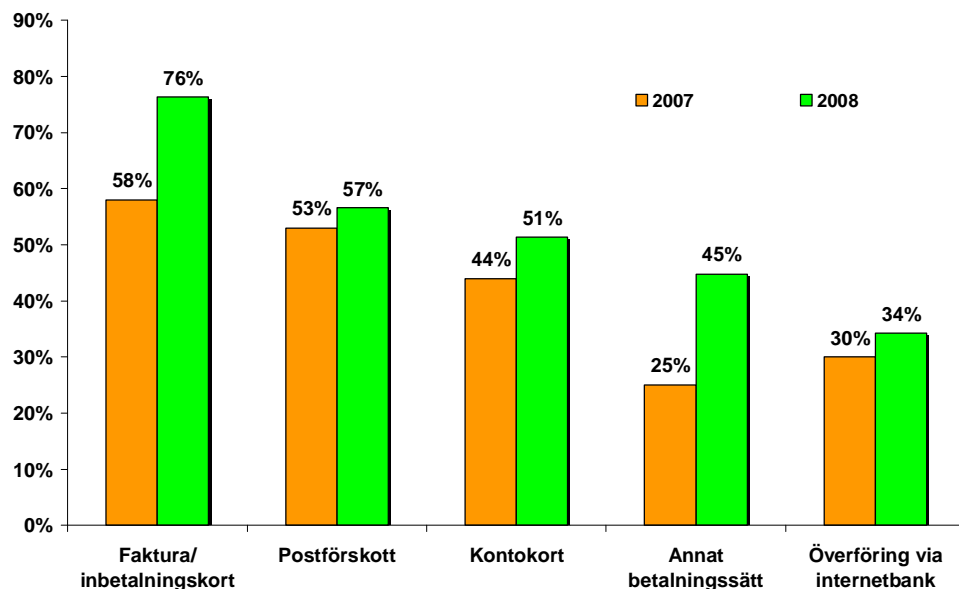
### ***Tema Betalning***

Några faktorer – som pris, leverans, utbud och säkerhet – har visat sig vara avgörande för framgångsrik e-handel. I denna e-barometer har företag och konsumenter besvarat ett antal frågor angående betalningssäkerhet.

### **Faktura vanligaste betalningslösningen**

Den vanligaste betalningslösningen, vilket tre av fyra e-handelsföretag erbjuder är faktura. Drygt hälften erbjuder också postförskott eller faktura. En tredjedel av företagen använder också överföring via internetbank. Denna lösning anses vara säker och enkel för konsumenten. Däremot innebär den att e-handelsföretaget måste ingå avtal med de olika bankerna vilket sannolikt bidrar till att många mindre företag avstår från denna lösning.

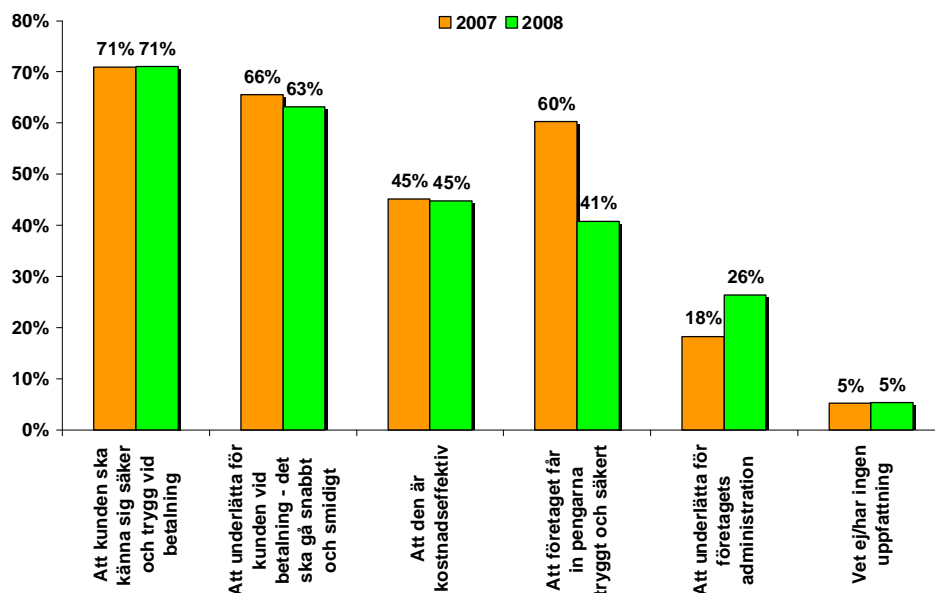
Jämförs resultatet från denna undersökning med e-barometern från Q1 2007 då samma frågor ställdes (se gröna staplar) framgår att företagen utökat antalet erbjudna betalningslösningar. Framför allt har företagen utökat möjligheten för konsumenten att betala med faktura.



**Diagram 2:**  
Vilket/vilka betalningssätt erbjuder ni era kunder?

### Trygghet viktigast när företagen väljer betalningslösning

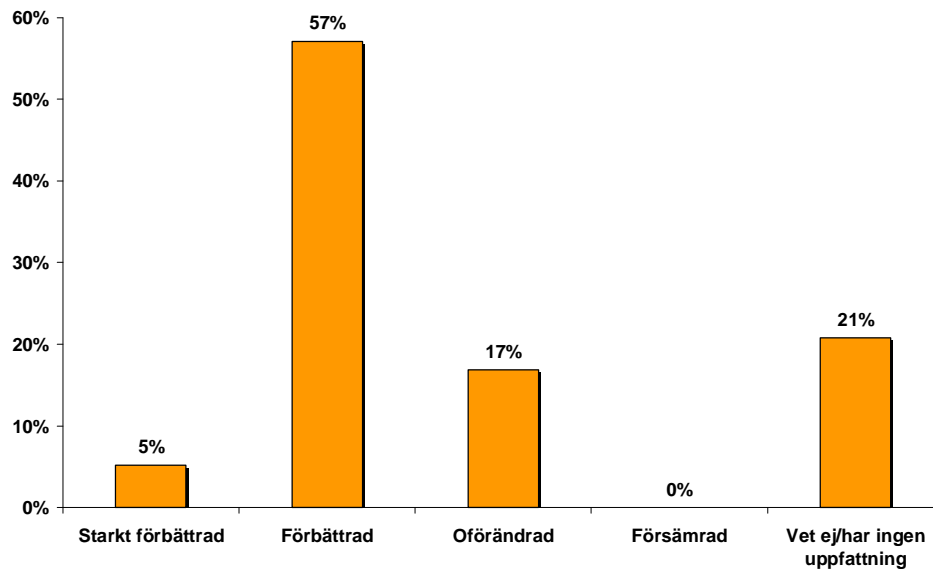
Valet av den betalningslösning företagen erbjuder baseras på att skapa trygghet för konsumenten. Att underlätta vid betalningsögonblicket är också viktigt (se diagram 3). Först efter dessa skäl kommer argument som att betalningslösningen ska vara kostnadseffektiv och andra företagsekonomiska fördelar. Sannolikt baseras företagens val på det faktum att en trygg konsument i högre utsträckning vågar trycka på "köp". Jämfört med undersökningen under 2007 års första kvartal är relativt små. Största skillnaden är att andelen företag som prioriterar att få in pengarna tryggt och säkert var högre under fjolåret.



**Diagram 3:**  
Vilket/vilka av följande alternativ är viktigast för ert företag vid val av betalningslösning?

### Förbättrad betalningssäkerhet

På frågan hur företagen uppfattar betalningssäkerheten är det inget företag som svarar att den är låg. Dessutom framgår av diagram 3 nedan att de flesta anser att betalningssäkerheten förbättrats under de senaste två åren. Ur företagens perspektiv är e-handeln alltså säker. Emellertid har konsumenterna en något annorlunda bild av e-handeln och upplever ibland e-handeln som osäker (läs mer om detta i konsumentundersökningen på nästa sida). Anledningen till skillnaden mellan företags och konsumenters uppfattning står sannolikt att finna i vilka företag som svarat på enkäten. Sannolikt fångar den här enkäten inte upp företag som använder sig av tveksamma betalningslösningar.

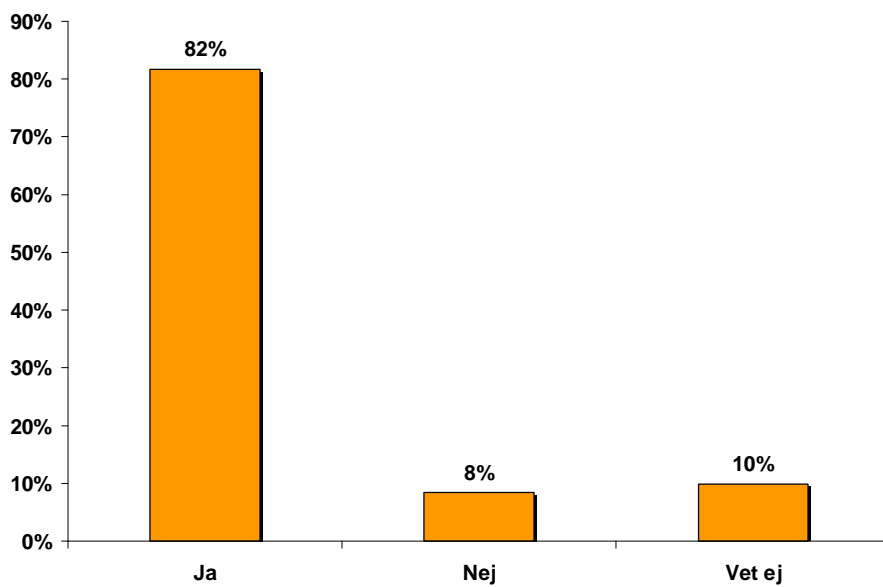


**Diagram 4:**

Enligt din bedömning, hur har betalningssäkerheten hos svenska e-handelssajter utvecklats de senaste två åren?

## e-handelskonsumenterna

E-konsumenternas optimism är fortsatt hög. De flesta, 82 procent, menar att de kommer att handla varor över internet under det närmaste halvåret. Liksom tidigare återfinns de mest optimistiska konsumenterna utanför storstadsregionerna. Förklaringen ligger sannolikt i att e-handeln kan erbjuda ett sortiment som konsumenten inte kan hitta på sin lokala marknad och att den därmed fungerar som ett komplement för konsumenten.

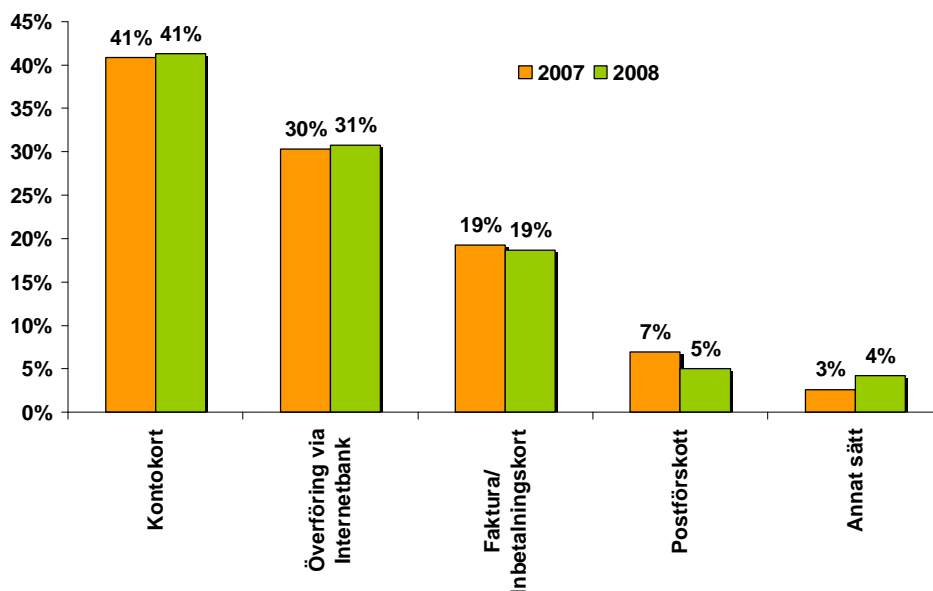


**Diagram 5:**

Tror du att du kommer att handla produkter på Internet under de närmaste sex månaderna?

### *Kontokort vanligaste betalningsmetoden...*

Den vanligaste betalningsmetoden bland konsumenterna är kontokortet. Därefter placerar sig överföring via internetbank. Först på en tredjeplats, med en femtedel av betalningarna, placerar sig fakturaalternativet. Om konsumenten själv får välja är resultatet dock ett annat (se diagram 7).

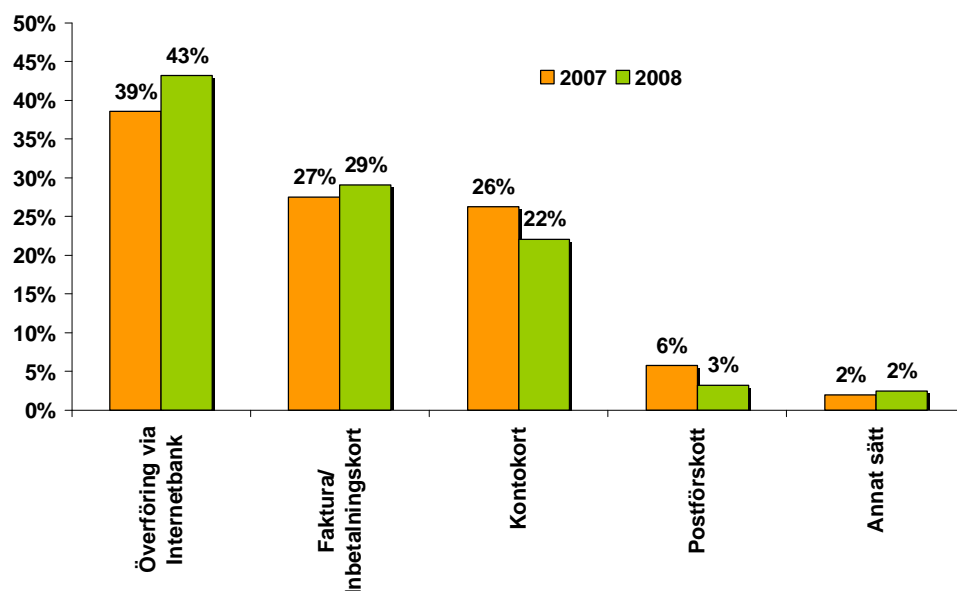


**Diagram 6:**

Hur betalade du vid ditt senaste köp över Internet?

### ***...men direktbetalning och faktura är mer önskvärt***

På frågan vilken betalningsmetod konsumenterna föredrar hamnar överföring via internetbank överst. Denna betalningslösning, där man via sin bank betalar för varorna, anses också vara den säkraste. Faktura kommer också högt, vilket är naturligt. Många konsumenter föredrar att betala för varorna först när de fått dem. Jämfört med 2007 är det fler konsumenter som vill använda sig av överföring via internetbank medan andelen som föredrar kontokort minskat.

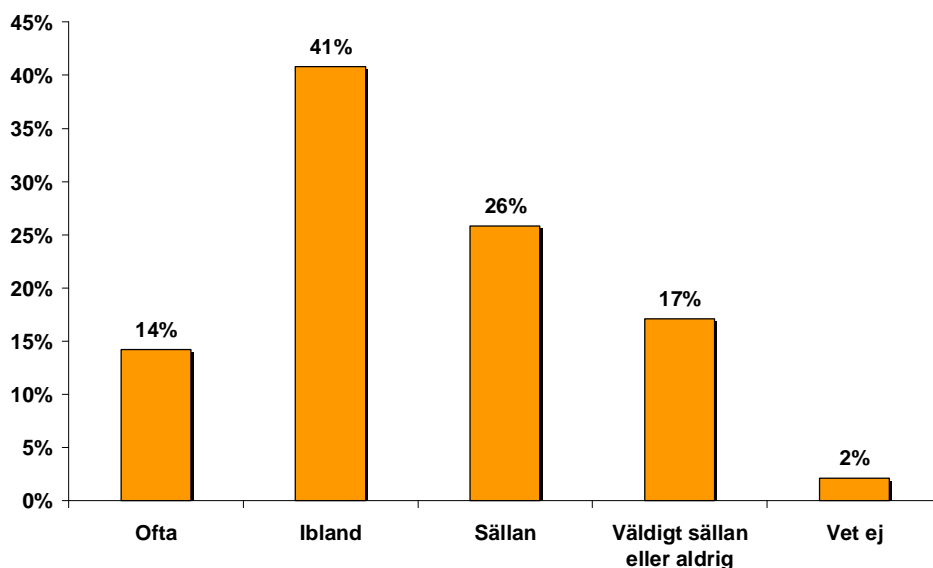


**Diagram 7:**

Vilket betalningssätt skulle du föredra om du fick välja?

### ***Betalningen fortfarande ett orosmoment...***

Betalningssäkerheten framstår fortfarande som en av internethandelns stora utmaningar. De flesta oroar sig ibland över betalningsmomentet och detta faktum innebär givetvis att e-handeln går miste om affärer. Endast 17 procent av konsumenterna menar att de sällan eller aldrig oroar sig över betalningssäkerheten.

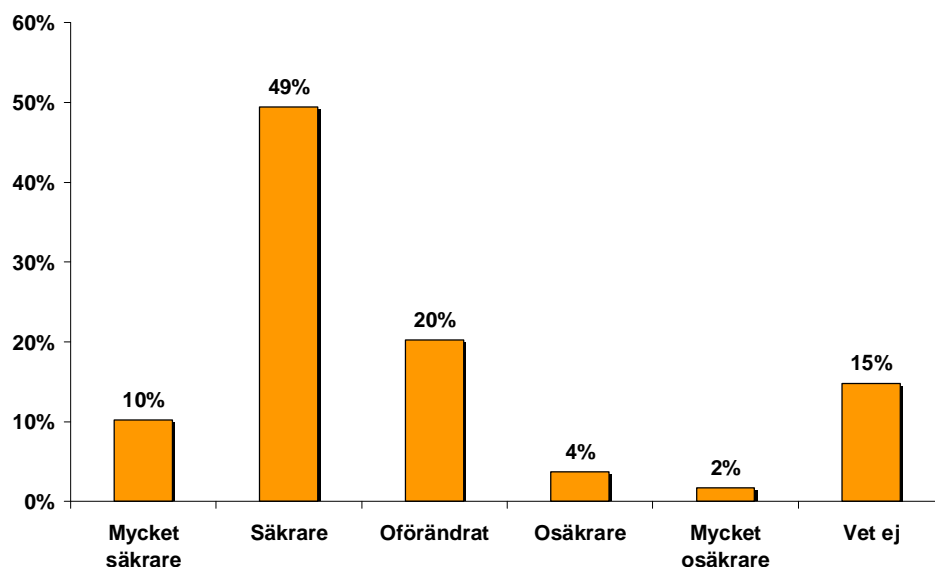


**Diagram 8:**

Hur ofta oroar du dig för betalningssäkerheten när du handlar varor via Internet?

### ***...men de flesta bedömer att betalningarna blivit säkrare***

Även om de flesta oroar sig för betalningssäkerheten är man också övertygade om att säkerheten förbättras. Detta stämmer väl överens med företagen, som också menar att betalningarna blivit säkrare. Sannolikt är detta också ett bevis för den mognadsprocess som svensk e-handel går igenom.



**Diagram 9:**

Hur upplever du generellt att betalningssäkerheten vid e-handel har utvecklats under de senaste två åren?

## **Kommentarer till e-barometern:**

### **Posten**

Majoriteten av konsumenterna tycker att betalningssäkerheten känns allt tryggare, vilket är ett gott betyg till hela branschen. Det är också ett tydligt tecken på att e-handeln blivit en alltmer mogen och etablerad marknad. Allt fler e-handlar regelbundet eftersom de uppskattar det breda utbudet, snabba leveranser och flexibla öppettider för paketutlämning på kvällar och helger, säger Catharina Strömsten, chef för koncernstrategi i Posten.

### **HUI**

Svensk e-handel växer så att det knakar. För allt fler konsumenter har e-handel blivit till en vana och allt fler företag hittar nya marknader på internet genom att komplettera den traditionella handelns utbud och priser. Bedömningen är också att försäljningen över internet fortsätter att stiga i rask takt, säger Jonas Arnberg, analytiker HUI.

#### **Om undersökningen**

AB Handelns 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 april månad 2008 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 Jessica Lindblom, 08-762 72 85.