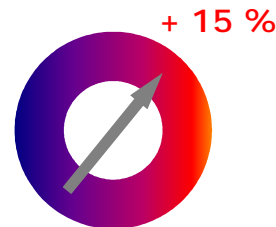


e-barometern

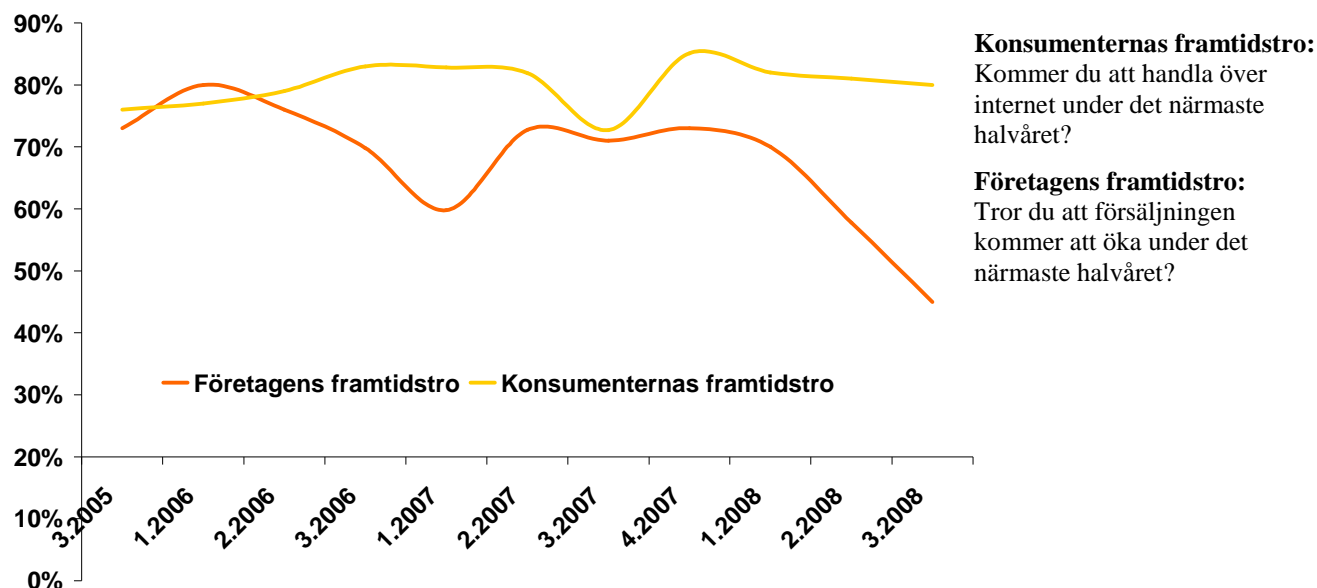


Posten och HUI presenterar e-barometern för Q3 – 2008

Fortsatt mycket kraftig tillväxt för e-handeln

Försäljningen över internet ökade under årets tredje kvartal med 14,7 procent. Trots svagare konjunktur, som resulterar i lägre tillväxttal för den traditionella detaljhandeln, visar alltså e-handeln en fortsatt mycket kraftig tillväxt. Prognosen för e-handels omsättning 2008 är att den för första gången passerar 20 miljarder kronor och utgör cirka 4 procent av den totala detaljhandeln.

Framtidstron är fortfarande stark, framförallt bland konsumenterna där åtta av tio tror att de kommer att handla över internet under det närmaste halvåret. Företagens optimism avtar dock detta kvartal. Knappa hälften av e-handelsföretagen bedömer att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret.



- E-handels försäljning steg under det tredje kvartalet år 2008 med 14,7 procent jämfört med tredje kvartalet 2007.
- Prognosen för e-handels omsättning 2008 är 20,7 miljarder kronor. E-handelsförsäljningen skulle därmed utgöra 4 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.
- Framtidstron är fortsatt stark bland konsumenterna medan den är något svagare bland e-handelsföretagen.
- En förbättrad hemsida prioriteras av företagen för att öka försäljningen.
- Böcker och skivor är de vanligaste varorna på internet.
- Att sajten känns seriös är viktigaste faktorn för konsumenterna.

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 oktober 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 Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Posten Medierelationer, 08-23 10 10.

Företagens försäljningsutveckling

Stark framtidstro bland e-handelsföretagen

E-handelsföretagen är fortfarande optimistiska inför framtiden, även om andelen optimister minskar något detta kvartal. 45 procent av företagen bedömer att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret. Detta är en något lägre siffra än tidigare (58 procent), men relaterat till den traditionella butikshandeln är andelen optimister fler.

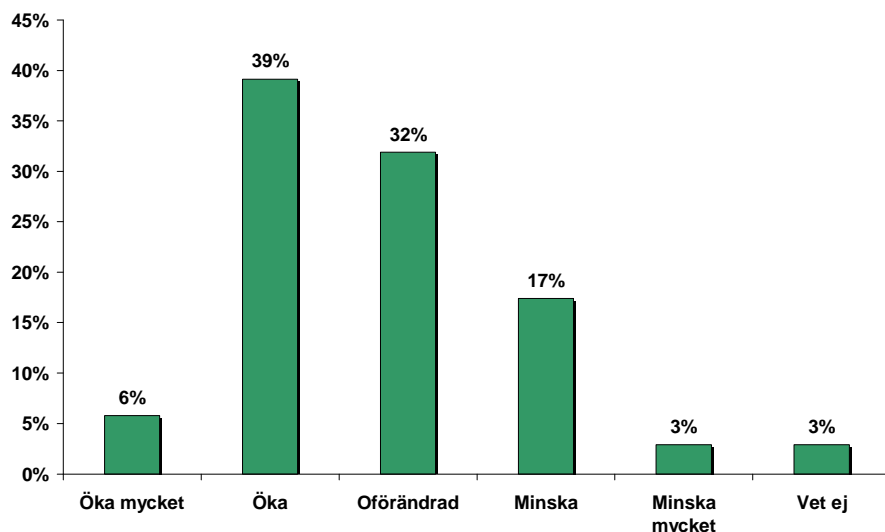


Diagram 1:

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

Företagen satsar på en förbättrad hemsida och marknadsföring

På frågan om företaget satsar på något särskilt för tillfället i syfte att öka försäljningen svarar 59 procent av företagen att man arbetar med att förbättra hemsidan/webbshopen. Detta är en liten minskning från samma period förra året då 68 procent uppgav att de satsar på just detta. Satsningar på marknadsföring är en annan åtgärd som många satsar på för att öka försäljningen, drygt hälften av de svarande e-handelsföretagen uppger att de satsar på det för tillfället. Förbättrade betallösningar är den minst vanliga åtgärden för att öka försäljningen.

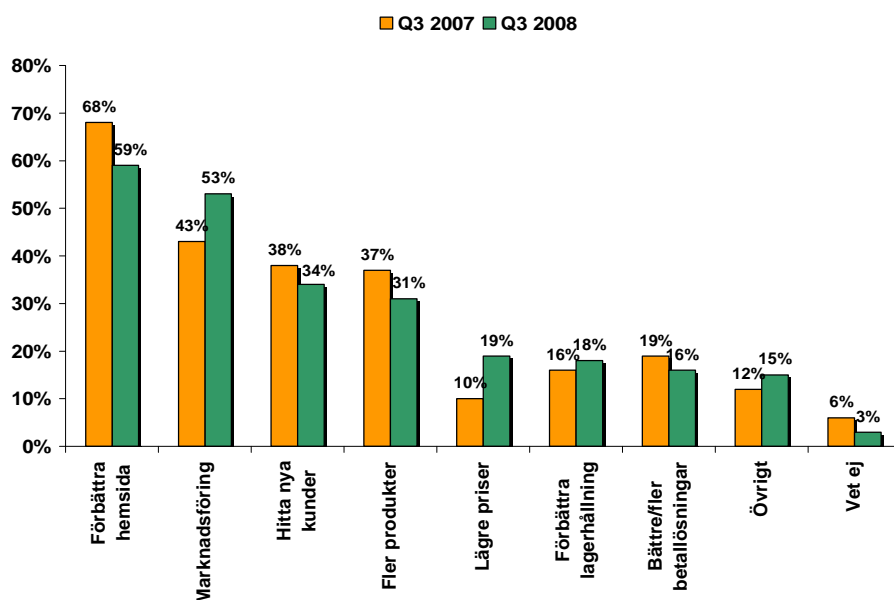


Diagram 2:

Satsar ditt företag på något särskilt just nu för att öka försäljningen? (tre svarsalternativ har varit möjliga)

Totalkostnaden ska framgå vid betalning enligt företagen

Att totalkostnaden framgår när kunden ska betala visar sig vara det påstående som stämmer in på flest företags e-handel. Ett stort utbud av produkter på hemsidan, utförlig information om produkterna och att leveranstiden framgår tydligt är andra viktiga faktorer. Att frakt ingår i priset är den minst viktiga faktorn för företagen.

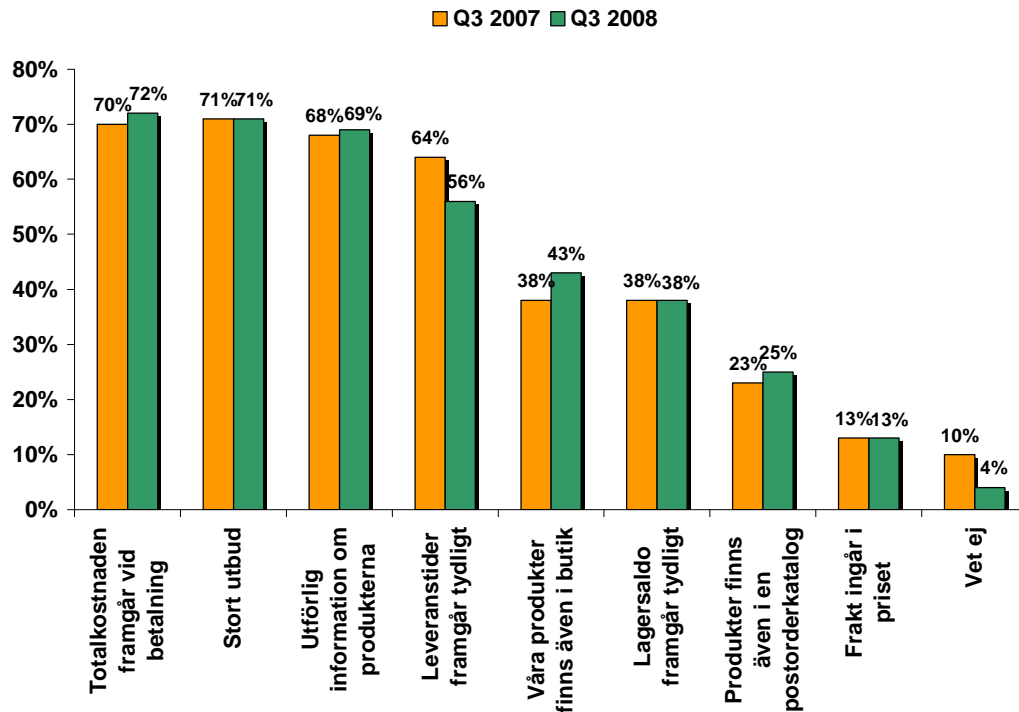


Diagram 3:

Stämmer något eller några av följande påståenden in på ditt företags e-handel? (flera svarsalternativ har varit möjliga)

e-handelskonsumenterna

E-handelskonsumenterna ställer sig fortfarande mycket positiva till e-handel. På den återkommande frågan om framtida internetköp svarade 80 procent av konsumenterna att de planerar att handla varor över internet under det närmaste halvåret. Mest positiva är konsumenterna i Västsverige där 84 procent tror att de kommer att handla på internet under det kommande halvåret.

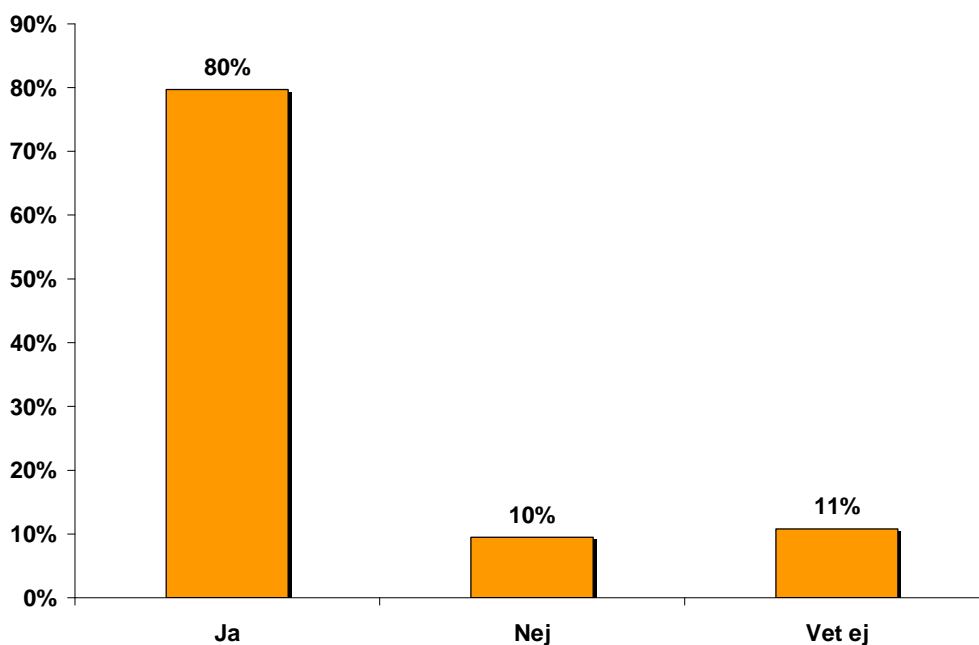


Diagram 4:

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

4 av 10 handlar på internet minst en gång i månaden

De flesta av konsumenterna uppger att de handlar relativt ofta på internet. 4 av 10 handlar minst en gång i månaden medan 77 procent handlar minst en gång i halvåret. I åldersgruppen 14-22 år uppger 6 procent att de handlar på internet varje vecka medan motsvarande siffra i åldersgruppen 56+ är 1 procent.

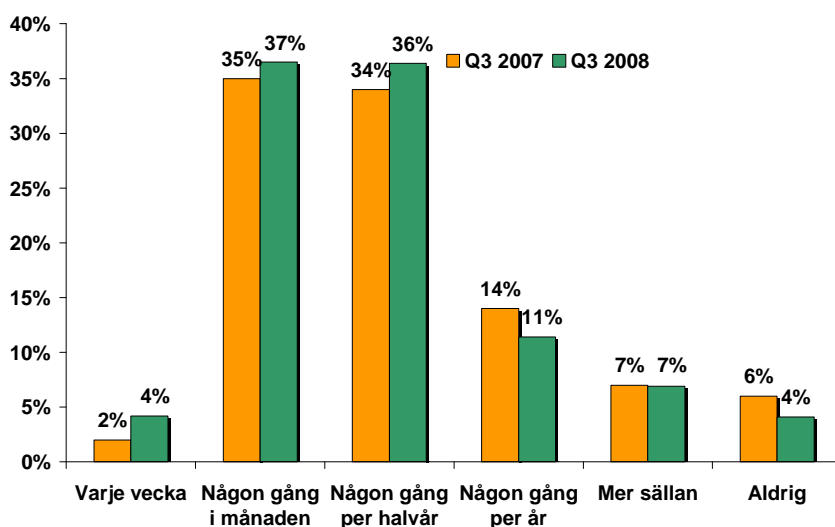


Diagram 5:

Ungefär hur ofta handlar du varor på Internet?

En tredjedel handlar för mellan 200 och 500 kronor

Det vanligaste köpbeloppet ligger i intervallet 201-500 kronor – en tredjedel av konsumenterna uppger att de senast handlade för detta belopp. En fjärdedel av konsumenternas köp överstiger 1000 kronor, förra året var motsvarande siffra cirka 30 procent.

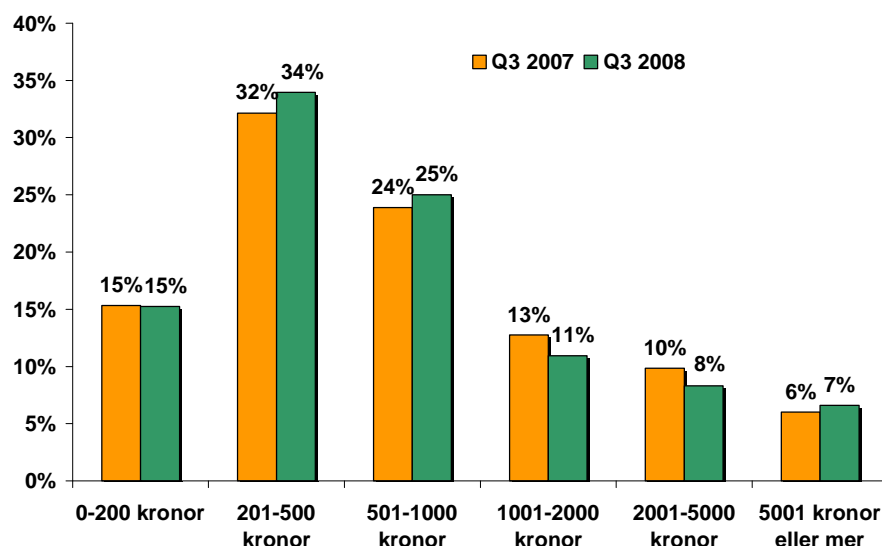


Diagram 6:

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

Böcker och skivor vanligaste inköpen

Nära hälften, 48 procent, av e-baremeterns panel uppger att de helst handlar böcker/tidningar över internet. CD/DVD och kläder är andra populära varor att köpa över internet. 48 procent av kvinnorna köper kläder medan motsvarande siffra för männen är 17 procent. Betydligt fler män än kvinnor handlar elektronikvaror (30 procent respektive 9 procent).

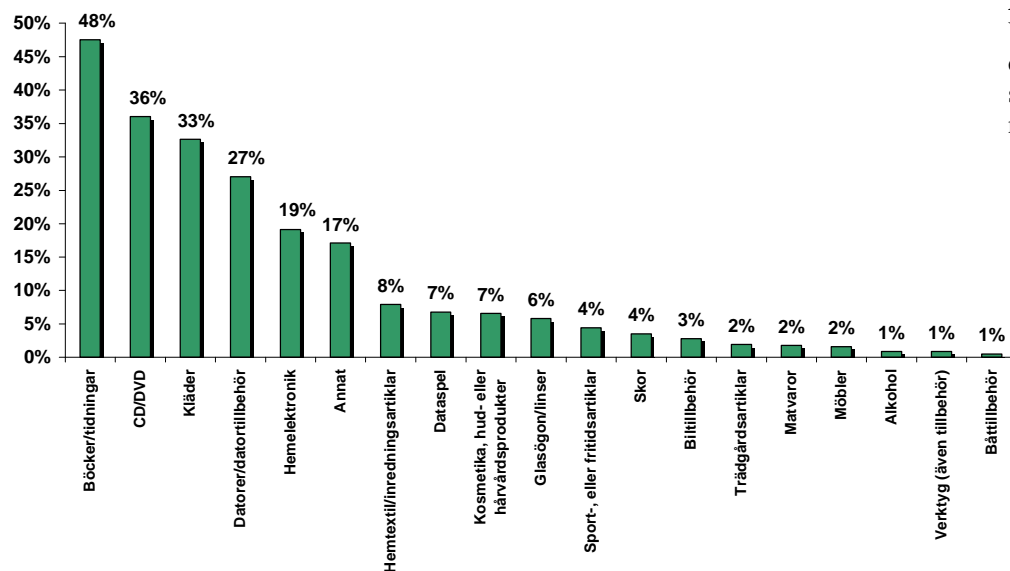


Diagram 7:

Vilka slags varor handlar du på Internet? (tre svarsalternativ har varit möjliga)

Viktigt för konsumenterna att sajten känns seriös

Över hälften av e-barometerns panel tycker det är viktigt att sajten känns seriös för att man ska vilja handla. Att totalkostnad och leveransinformation tydligt framkommer på sajten är andra viktigare faktorer liksom att priset är lågt. Att det finns ett stort utbud samt att produkterna finns att titta på i en postorderkatalog anser respondenterna inte vara särskilt viktigt.

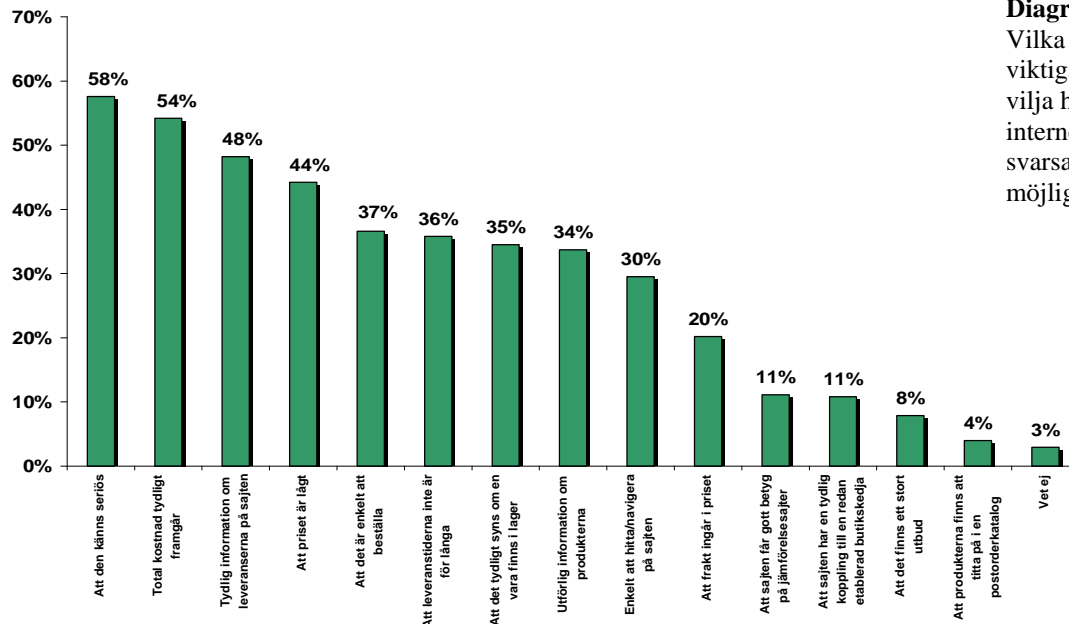


Diagram 8:

Vilka faktorer är viktigast för att du ska vilja handla på en internsajt? (flera svarsalternativ har varit möjliga)

Kommentarer till e-barometern:

Posten

- Trots vikande konjunktur och svenskarnas ökade pessimism om sin ekonomi visar undersökningen på fortsatt optimism kring e-handeln. Mycket tyder på att ännu fler kommer att handla julklappar över internet i år. Förra året lämnades nästan en halv miljon paket ut av Postens ombud veckan före jul. Dessutom visar undersökningen att böcker och skivor alltså är storsäljare inom e-handeln. Det är produkter som delas ut direkt av brevbäraren vilket innebär att i år levereras många julklappar direkt till hushållen, säger Andreas Falkenmark, VD för Posten Meddelande.

HUI

- E-handels tillväxt har mattats av något jämfört med tidigare. En ökning på 15 procent i ekonomiskt svaga tider är ändå ett styrkebesked och pekar på att e-handels utveckling är strukturell snarare än konjunkturrell. En beteendeförändring hos både konsumenter och företag bidrar till en ökad tillväxt för e-handeln säger Jessica Lindblom, analytiker på 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 oktober 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 Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Posten Medierelationer; 08-23 10 10.