



E-handeln i Norden 2011



Om undersökningen

Metod

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2000 privatpersoner i Sverige och 1000 i Danmark, Norge respektive Finland i riksrepresentativa urval. Intervjuerna genomfördes under perioden 17 nov – 4 dec 2010 av TNS SIFO.

En tumregel är att skillnader som är större än fyra procentenheter är statistiskt säkerställda. De resultat som har en mindre bas, det vill säga grundar sig på färre intervjuer än samtliga tillfrågade, ska tolkas med viss försiktighet.

Definitioner

I rapporten används begreppen distanshandel och e-handel.

Med Distanshandel avses all beställning av varor på distans, oavsett beställningssätt (internet, post-orderkatalog, svarstalong, telefon eller TV). Med distanshandel menas att köpare och säljare aldrig träffar varandra fysiskt.

Med E-handel avses endast när beställningen av varor sker via internet. Det innebär beställningar av tjänster som till exempel bokningar av hotell och resor som sker via internet, **inte** räknas in i e-handel. Inte heller nedladdningar av t ex musikfiler, programvaror eller applikationer ingår i undersökningen.

Innehåll

- 3 Fortsatt goda utsikter för distanshandeln i Norden
- 4 Var fjärde nordbo distanshandlar varor varje månad
- 5 Medelålders män i Danmark distanshandlar mest frekvent i Norden
- 6 Lågt pris och snabba leveranser krav från boende i Danmark
- 7 Konsumenterna handlar gärna från Sverige och vill betala i efterskott
- 8 Konsumenterna handlar oftare än övriga nordbor från utlandet
- 9 Allt fler handlar allt oftare - men Finland är fortfarande långt efter övriga Norden
- 10 Goda utsikter för distanshandeln i Norden
- 11 Därför handlar nordbor varor på distans istället för i butik
- 12 Hemelektronik och kläder fortsatt i topp
- 13 Skilda önskemål om betalningsform
- 14 Leveranstiden – en del av kundlöftet
- 15 Många vägar till e-handelsköpet
- 16 Kataloger ger bättre överblick än nätet
- 17 Kataloger som skickas hem används oftast inför e-handelsköpet
- 18 Många sparar kataloger länge
- 19 Allt färre avbryter sitt e-handelsköp
- 20 Konsumenterna i Norge toppar e-handeln från utlandet
- 21 E-handel mellan nordiska grannar
- 22 Detta e-handlar vi från utlandet
- 23 Lägre pris och större utbud lockar vid e-handel från utlandet
- 24 Skäl för att inte handla från utlandet
- 25 10 tips från Posten Nordens e-handelsexpert – så tar du ditt e-handelsföretag ut i Norden
- 26 Kort om Posten Norden
- 27 Den starkaste affärspartneren för e-handel i Norden

Fortsatt goda utsikter för distanshandeln i Norden

Det är nu tredje året i följd som Posten Norden presenterar en utförlig studie om hur distanshandeln av varor utvecklar sig bland Nordens omkring 25 miljoner invånare. Målet är att beskriva hur detta expansiva område inom detaljhandeln fortsätter att utvecklas i Norden, men också att skildra likheter och skillnader mellan de olika länderna.

De i Norden som mest frekvent handlar varor på distans bor, precis som tidigare, i Danmark. Det bör noteras att i Finland ökar handeln på distans snabbare än i de övriga nordiska länderna. Gemensamt för alla fyra länderna är att de som redan distanshandlar varor planerar att handla ännu mer.

Posten Norden möter dagligen 10 000-tals konsumenter som hämtar ut distanshandlade varor hos något av våra 4 400 paketutlämningsställen i Sverige, Danmark, Norge och Finland. Då vi har det mest kompletta utlämningsnätet och affärlösningarna i Norden är naturligtvis distanshandelns kraftiga tillväxt tilltalande för oss.

Det e-handelsföretag som vill expandera sin verksamhet inom Norden måste känna till de tydliga skillnader som finns mellan hur konsumenterna agerar i de olika nordiska länderna. Ska man starta e-handel i Danmark måste man till exempel se till att man kan betala med kontokort. I Sverige vill man däremot gärna betala i efterskott via faktura. I Danmark och Sverige kräver man betydligt snabbare leveranser än i Finland och Norge.

I år heter rapporten E-handeln i Norden 2011. Vi har valt att använda begreppet e-handel i rapportens namn istället för distanshandel, eftersom handeln på distans som sker via internet numera utgör över 80 procent av denna marknad i Norden.

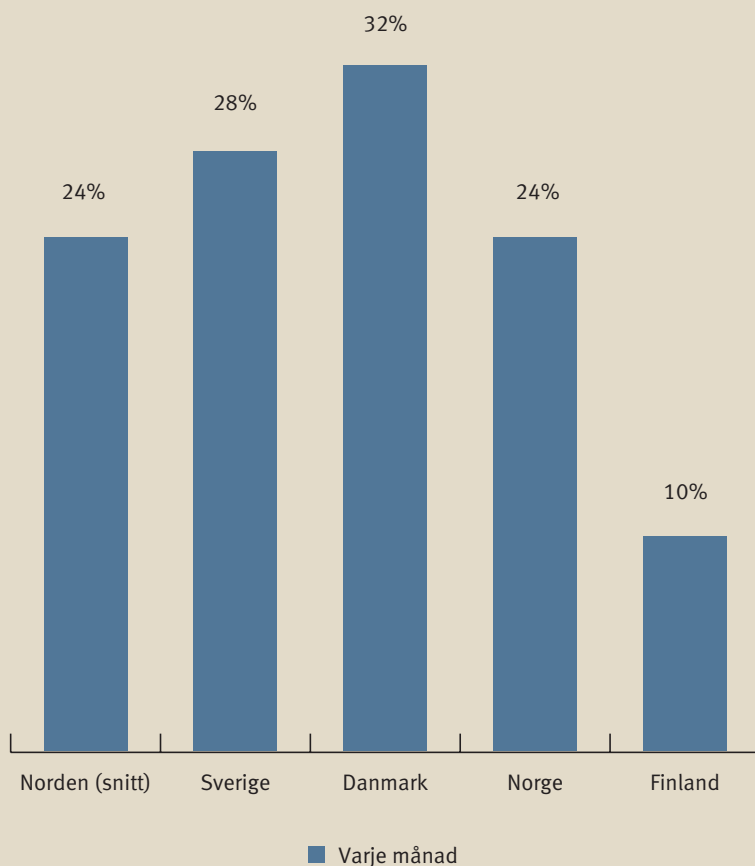
Vår ambition och förhoppning är att studien ska bjuda både på fakta och på nya insikter, oavsett vilken infallsvinkel man som läsare själv har på denna dynamiska bransch.

Trevlig läsning!

Per Mossberg
Kommunikationsdirektör
Posten Norden

Var fjärde nordbo distanshandlar varor varje månad

Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via internet?







- ▶ De boende i Danmark är de mest frekventa distanshandlarna i Norden och även årets undersökning visar att var tredje privatperson i Danmark handlar varor på distans varje månad.
- ▶ Även i Sverige handlar snart var tredje privatperson (28%) varor på distans minst en gång i månaden. För två år sedan angav endast var femte (20%) att de handlade varor på distans varje månad.
- ▶ I Norge är andelen som handlar varor på distans fortfarande runt 25 procent.
- ▶ Tillväxten för handeln på distans är kraftig i Finland. För två år sedan angav fyra procent att de handlar minst en gång i månaden. Nu anger tio procent detta.

Medelålders män i Danmark distanshandlar mest frekvent i Norden

- ▶ Med utgångspunkt i befolkningsstrukturen är det ingen vågad gissning att andelen som handlar på distans kommer att fortsätta att växa; medan drygt var tredje nordbo i åldern 30-49 år handlar varor på distans varje månad, är det bara en av tjugo i gruppen 65 år eller äldre som gör det.
- ▶ Studerar man enbart på hur privatpersoner i Danmark i gruppen 30-49 år agerar ser framtiden särskilt ljus ut. Drygt varannan person i den kategorin handlar varor på distans minst en gång varje månad.

Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via internet, postorderkatalog, beställningstalong, telefon eller TV?

					Norden (snitt 2011)
"Varje månad"	28 %	32 %	24 %	10 %	24 %
- Män	30 %	37 %	27 %	9 %	26 %
- Kvinnor	25 %	26 %	21 %	9 %	21 %
- 15-29 år	42 %	36 %	31 %	14 %	33 %
- 30-49 år	35 %	51 %	38 %	13 %	34 %
- 50-64 år	22 %	23 %	15 %	7 %	18 %
- 65- år	7 %	6 %	5 %	2 %	5 %

(Bas: samtliga)



Lågt pris och snabba leveranser krav från boende i Danmark

- ▶ Boende i Danmark håller ställningen som Nordens flitigaste distanshandelskonsumenter – var tredje privatperson handlar varor via internet eller postorder varje månad. Dessutom anger fler i Danmark än i övriga Norden att de kommer att handla fler varor på distans i år jämfört med förra året.
- ▶ I Danmark är beställning via internet det helt dominerande beställningssättet bland de som handlar på distans. Nio av tio distanshandelskonsumenter beställer oftast sin vara via internet. Mindre än tio procent anger att de oftast använder postorder eller telefon.
- ▶ När boende i Danmark e-handlar är det främst drivkrafter som har med bekvämlighet och tidsbesparing som är viktigast. Priset är dock en viktigare drivkraft i Danmark än i något annat nordiskt land. Större och bättre utbud är däremot mindre viktigt för boende i Danmark jämfört med andra nordbor.
- ▶ Bland konsumenterna i Danmark hör kläder (49 procent) och hemelektronik (45 procent) till de varugrupper som flest säger sig ha distanshandlat.
- ▶ Åtta distanshandelsköp av tio som görs betalas med kort. En andel som saknar motstycke i övriga nordiska länder.
- ▶ I Danmark kräver man snabbare leveranstider än i övriga Norden. Fler än varannan konsument som distanshandlar (56%) anger att det maximalt får ta fem dagar innan varan är levererad. Var tredje dansk (35%) kräver leverans inom tre dagar.
- ▶ I Danmark är man också flitigast i Norden på att använda jämförelsesajter och Google inför sina köp.



Konsumenterna handlar gärna från Sverige och vill betala i efterskott

- ▶ Allt fler privatpersoner i Sverige handlar varor på distans allt oftare – 28 procent uppger att de handlar varje månad.
- ▶ Till skillnad mot i Danmark och Norge är andelen unga i Sverige (15-29 år) som handlar på distans varje månad större än kategorin medelålders (30-49 år) är.
- ▶ Åtta av tio distanshandelskonsumenter i Sverige beställer ofta sina varor via internet. Nätet ökar stadigt sin andel, på bekostnad av den traditionella vägen att beställa via en postordertalong eller per telefon.
- ▶ Motiv för att handla varor på distans är främst kopplat till bekvämlighet/tidsbesparande. Drygt 50 procent anger det som drivkraft. 22 procent anger pris och 22 procent att det är ett större och bättre utbud som är anledningen till att handla på distans i stället för i butik.
- ▶ I Sverige är kläder och hemelektronik populära. En betydligt större andel privatpersoner i Sverige än i övriga Norden köpte förra året böcker på distans.
- ▶ Konsumenterna gillar att betala sina varor i efterskott. Av de boende i Sverige som distanshandlar föredrar fyra av tio att betala mot faktura, den klart högsta andelen i Norden.
- ▶ Konsumenterna föredrar att e-handla varor från Sverige. Endast två procent anger att de e-handlar varor från andra länder varje månad och 40 procent har e-handlat från utlandet någon gång, vilket är den klart lägsta andelen i Norden.



Konsumenterna handlar oftare än övriga nordbor från utlandet

- ▶ Var fjärde invånare i Norge handlade varor på distans minst en gång varje månad under 2010.
- ▶ Medelålders (30-49 år) är de mest frekventa e-handelskonsumenterna i Norge. Fyra av tio i den kategorin handlade varor på distans någon gång varje månad under fjolåret. Andelen över 50 år som handlar varje månad är lägre än i Sverige och Danmark.
- ▶ Bekvämlighet och tidsfaktorer är viktiga drivkrafter för de i Norge som väljer att handla varor på distans (47 procent). 26 procent anger lägre pris och 25 procent ett större och bättre utbud.
- ▶ Att kunna betala med kontokort blir allt viktigare för distanshandelskonsumenterna i Norge, medan möjligheten att betala i efterskott med faktura minskar i betydelse.
- ▶ De boende i Norge som distanshandlar har inte lika höga krav som svenskar och danskar på leveranstid. Hela 27 procent accepterar mer än en veckas leveranstid.
- ▶ Konsumenterna i Norge är klart mest aktiva i Norden med att handla varor från andra länder på nätet. 14 procent i Norge anger att de e-handlar från utlandet minst en gång per månad. Det kan jämföras med två procent i Sverige, tre i Finland och åtta i Danmark.
- ▶ Främst e-handlar man varor från USA och Storbritannien, men även från Sverige och Danmark.

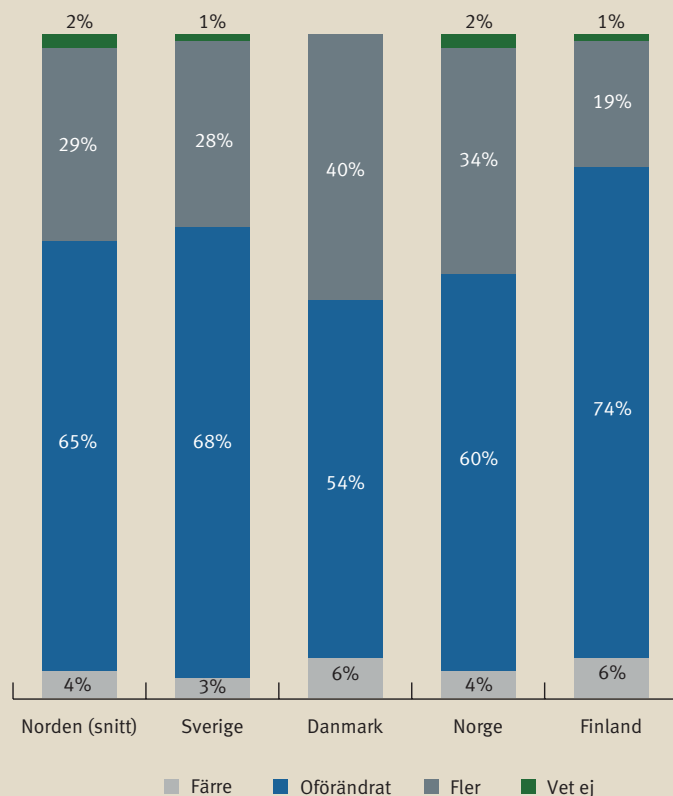


Allt fler handlar allt oftare - men Finland är fortfarande långt efter övriga Norden

- ▶ Andelen i Finland som någon gång har handlat varor på distans har ökat från 63 procent 2008 till 72 procent under 2010. Andelen konsumenter som distanshandlar varje månad har under samma period ökat från fyra till tio procent.
- ▶ Fortfarande är andelen som frekvent handlar varor på distans betydligt lägre i Finland än i övriga Norden.
- ▶ Andelen som handlar via ett formulär i en postorder-katalog är högre i Finland än i övriga Norden.
- ▶ Bekvämlighet, och då framförallt att man kan handla när det passar det egna livsmönstret, är den främsta anledningen att handla på distans. Endast tolv procent anger lägre pris som den viktigaste drivkraften.
- ▶ Distanshandelskonsumenter i Finland utmärker sig även genom att ange direktbetalning via internetbank det populäraste betalningssättet. Betalning via kort har däremot en svag ställning i Finland jämfört med övriga Norden.
- ▶ I Finland accepterar man betydligt längre leveranstider än till exempel i Sverige och i Danmark.
- ▶ En större andel konsumenter i Finland än i Sverige som e-handlar har även handlat varor från utländska sajter. De har framförallt handlat varor på internet från USA, Storbritannien och Tyskland.
- ▶ Handeln från övriga Norden är begränsad. 20 procent av de som e-handlat från utlandet har handlat från Sverige, men endast någon procent har e-handlat från Danmark och Norge.

Goda utsikter för distanshandeln i Norden

Jämfört med året som gått, tror du att du kommer att köpa fler eller färre varor på distans under det kommande året, eller ungefär lika många?







- ▶ Av de konsumenter som redan handlar på distans i Norden tror tre av tio att de kommer att handla något fler eller många fler varor det kommande året.
- ▶ Och nästan två av tre uppskattar att de kommer att handla lika mycket som föregående år.
- ▶ Bland de som distanshandlar i Norden är köpvilligheten som störst i Danmark - fyra av tio i Danmark uppger att de tänker handla mer det kommande året jämfört med det föregående.
- ▶ Oavsett om man ser till Norden som helhet eller till de enskilda länderna – ytterst få konsumenter räknar med att minska sitt handlande på distans.

Därför handlar nordbor varor på distans istället för i butik

- ▶ Olika aspekter av att det är bekvämt och tidsbesparande är de främsta anledningarna till att vi nordbor handlar varor på distans istället för i butik. Drygt 50 procent anger varianter på det temat som drivkraft. I Finland är andelen 64 procent, varav 37 procent trycker på att de kan handla när det passar dem.
- ▶ Lägre pris anger drygt var femte nordbo som viktigaste drivkraft. Det är särskilt viktigt i Danmark där tre av tio anger att den främsta anledningen till att handla på distans är lägre priser. Motsvarande andel i Finland är tolv procent.
- ▶ Större och bättre utbud är ett vanligt motiv för många nordbor. En orsak kan vara att många bor i områden där det är långt till större samhällen med många butiker. I Danmark är denna drivkraft betydligt lägre än i övriga nordiska länder.





Vilken av följande är den enskilt viktigaste anledningen för dig att handla varor på distans istället för i butik?

					Norden (snitt)
Det är billigare	22 %	30 %	26 %	12 %	22 %
Större eller bättre utbud	22 %	15 %	25 %	23 %	21 %
Tid och bekvämlighet	54 %	53 %	47 %	64 %	55 %
(Jag kan handla när det passar mig)	(17 %)	(15 %)	(23 %)	(37 %)	(22 %)
(Det är bekvämare)	(25 %)	(28 %)	(10 %)	(13 %)	(20 %)
(Det är tidsbesparande)	(12 %)	(10 %)	(14 %)	(14 %)	(12 %)
Tveksam, vet ej	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %

(Bas: har distanshandlat under det senaste året)

Hemelektronik och kläder fortsatt i topp

Vilka slags varor har du köpt på distans under det senaste året?

					Norden (snitt)
Kläder	50 %	49 %	44 %	53 %	49 %
Hemelektronik	33 %	45 %	36 %	41 %	42 %
Böcker	28 %	18 %	16 %	22 %	22 %
Skivor och film	20 %	18 %	19 %	21 %	20 %
Heminredning	9 %	7 %	8 %	15 %	10 %
Sport- och fritidsartiklar	6 %	10 %	10 %	7 %	8 %
Kosmetik, hud- och hårvård	7 %	8 %	11 %	10 %	9 %
Biltillbehör	4 %	5 %	3 %	4 %	4 %
Linser eller glasögon	2 %	0 %	1 %	2 %	1 %
Mat	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %
Tidningar och magasin	2 %	3 %	1 %	5 %	3 %

(Bas: har distanshandlat under det senaste året)

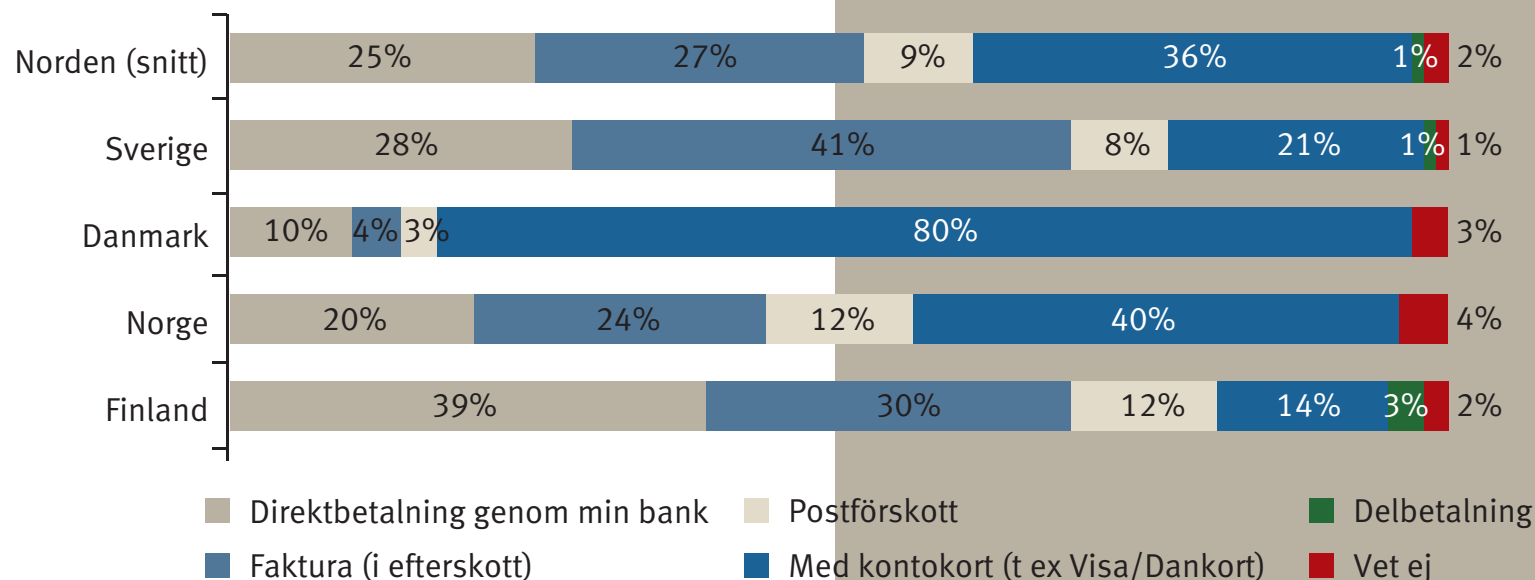
- ▶ Kläder fortsätter att vara ett starkt segment – varannan privatperson som har handlat på distans har köpt kläder.
- ▶ Fyra av tio nordbor som handlade varor på distans förra året köpte hemelektronik. Nästan varannan konsument i Danmark som handlade varor på distans förra året köpte hemelektronik.
- ▶ Böcker är fortsatt särskilt populärt att distanshandla bland boende i Sverige.

Skilda önskemål om betalningsform

- ▶ Åtta av tio boende i Danmark som distanshandlar föredrar att betala med kort när de handlar varor på distans, en siffra som saknar motstycke i Norden.
- ▶ Finland i sin tur sticker ut med att fyra av tio föredrar att betala via sin nätbank.

- ▶ De boende i Sverige är den kategori som i störst utsträckning vill betala i efterskott med en faktura.
- ▶ Norge tycks vara på väg att överge fakturorna till förmån för kortbetalning. Det senare har ökat med sju procentenheter jämfört med föregående mätning, medan fakturorna har minskat med sex procentenheter.

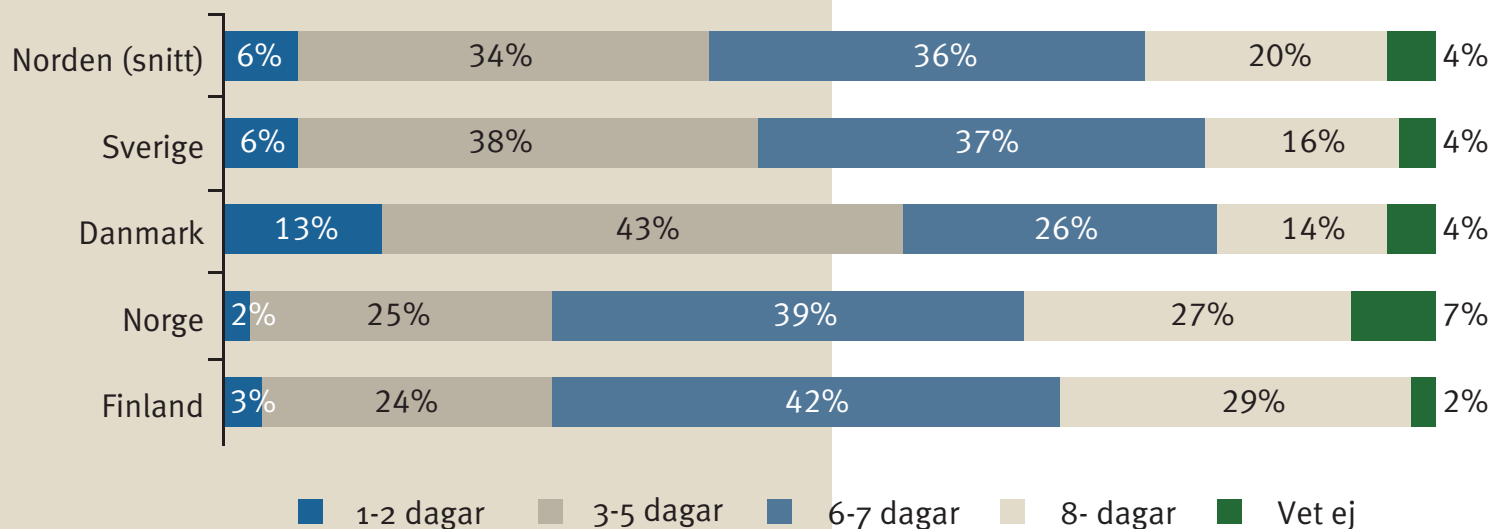
Vilket av följande sätt vill du helst använda när du ska betala för en vara som du köpt på distans?



Leveranstiden – en del av kundlöftet

- ▶ Allt fler e-handelsföretag strävar efter att leverera kundens beställningar till utlämningsställen eller hem i brevlådan över natten.
- ▶ Därmed överträffar de också kundernas förväntningar rejält, eftersom flertalet (36 procent) kunder i Norden säger sig kunna acceptera att vänta 6-7 dagar på sin vara.
- ▶ I en jämförelse som även omfattar tidigare mätningar framgår det att konsumenternas krav på leveranstider är relativt stabila över tid.
- ▶ Boende i Sverige och framförallt Danmark ställer betydligt hårdare krav på korta leveranstider än de som bor i Norge och Finland.





När du beställer på distans, vilka är dina förväntningar på leveranstiden, dvs hur många dagar får det maximalt ta att få varan?



Många vägar till e-handelsköpet

- Sökmotorer som Google är oftast första anhalten innan ett e-handelsköp. Sju av tio e-handlande nordbor går ofta den vägen för att hitta information om en vara. Bland e-handelskonsumenter i Danmark är det åtta av tio.
- Varannan nordbo anger att de besöker en jämförelsesajt med priser och betyg innan de e-handlar.
- Att titta i en katalog är en vana som håller ställningarna – nästan fyra av tio tittar i en katalog först innan de köper varan på internet. Bland boende i Finland är det nästan varannan.





När du ska köpa en vara på internet, hur ofta händer det att du först...

					Norden (snitt 2011)
a) ... du först använder en sökmotor t ex Google	68 %	81 %	64 %	68 %	70 %
b) ... skaffar en överblick genom att titta på priser på jämförelsesajter?	52 %	62 %	36 %	46 %	50 %
c) ... läser andra konsumenters omdömen på en internetsajt?	45 %	43 %	51 %	35 %	44 %
d) ... tittar på varan i postorderkatalog eller motsvarande?	36 %	35 %	37 %	47 %	38 %
e) ... tittar på och/ eller provar varan i en vanlig butik?	17 %	23 %	20 %	14 %	18 %
f) ... du först använder sociala medier (bloggar, communities, forum, videosajter och fotosajter?)	16 %	15 %	25 %	18 %	18 %

(Bas: handlat varor på internet det senaste året)

Kataloger ger bättre överblick än nätet

Vilka är de största fördelarna med att använda en katalog i samband med att du handlar på internet?

					Norden (snitt)
Bättre överblick/ lättare bläddra	38 %	31 %	34 %	32 %	34 %
Fler och bättre bilder	12 %	21 %	8 %	16 %	14 %
Mer information	12 %	22 %	16 %	19 %	16 %
Kan söka information i lugn och ro	10 %	20 %	11 %	17 %	14 %
Kan läsa när jag vill/i sängen	16 %	20 %	8 %	24 %	17 %
Lätt ha med sig	6 %	19 %	5 %	8 %	9 %
Kan göra anteckningar	6 %	13 %	1 %	10 %	7 %
Tveksam/vet ej	27 %	24 %	30 %	16 %	25 %





(Bas: Använder kataloger vid internetköp, fler svar möjliga)

- ▶ Det främsta skälet att använda en katalog i samband med köp på internet är att den ger bättre överblick.
- ▶ Kataloger tycks ha en avstressande effekt. Nästan var femte anger att man kan söka information i lugn och ro med en katalog.
- ▶ Var fjärde konsument i Finland som använder kataloger vid internetköp anger att de uppskattar kataloger för att de kan läsas när man själv vill.

Kataloger som skickas hem används oftast inför e-handelsköpet

- ▶ Av de kataloger som används inför e-handelsköp, dominerar de som har skickats till bostaden med post.
- ▶ Kataloger som kunden själv har hämtat i en butik har en svagare ställning, speciellt i Finland där endast sex procent har använt dem i samband med kataloganknutna e-handelsköp.





Vilka slags kataloger använder du oftast när du handlar på internet?

					Norden (snitt 2011)
Kataloger som skickas hem till mig	66 %	52 %	60 %	74 %	64 %
Kataloger som jag hämtar i en butik	14 %	14 %	13 %	6 %	12 %
Andra typer av kataloger	6 %	18 %	12 %	11 %	11 %
Tveksam, vet ej	14 %	16 %	16 %	9 %	14 %

(Bas: Har handlat på internet det senaste året och använder katalog vid köp)

Många sparar kataloger länge

Hur länge brukar du spara kataloger som du använder när du handlar på internet?

					Norden (snitt 2011)
Ett halvår eller mer	35 %	7 %	14 %	6 %	19 %
2-6 månader	23 %	17 %	20 %	19 %	20 %
Mindre än två månader	20 %	26 %	30 %	29 %	25 %
Sparar inte katalogerna	14 %	41 %	26 %	39 %	28 %
Tveksam, vet ej	8 %	9 %	11 %	7 %	9 %

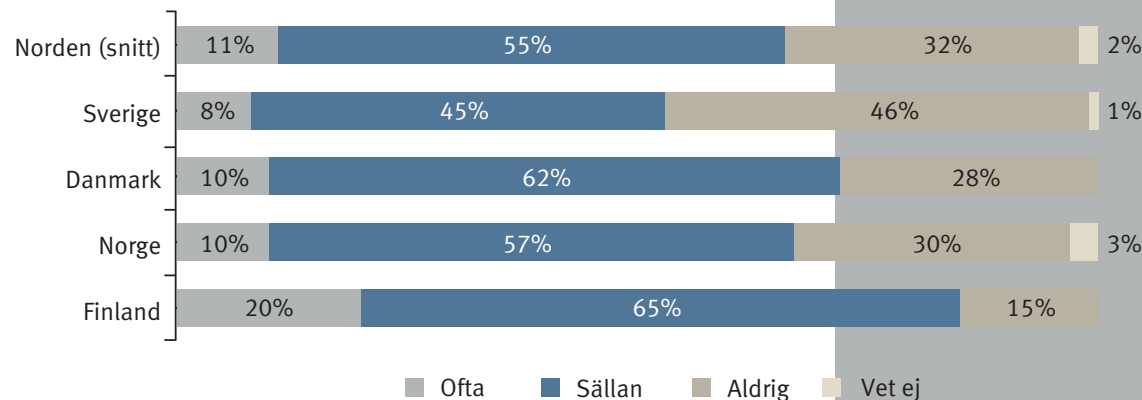
(Bas: Har handlat på internet det senaste året och använder katalog vid köp)

- En viktig anledning till att katalogerna verkligen används är förstås att de finns till hands. Drygt var tredje person i Sverige sparar de kataloger som används vid köp på internet i mer än ett halvår.
- I genomsnitt sparar 39 procent av de nordbor som använder katalog vid internetköp katalogen längre än två månader. I Sverige är andelen 58 procent, och i övriga nordiska länder är det fler än runt 25 procent som sparar den längre än två månader.

Allt färre avbryter sitt e-handelsköp

- ▶ Nordiska e-handelskonsumenter avbryter sällan påbörjade inköp. Nio av tio nordbor har svarat "sällan" eller "aldrig" på frågan hur ofta de har avbrutit ett påbörjat köp.
- ▶ Faktorer som bättre teknik, smidigare rutiner, färre krav, enklare utcheckning och lägre förekomst av tillkommande avgifter, bidrar till att öka andelen köp som fullföljs.
- ▶ Flest avbrutna köp förekommer i Finland. Detta speglar eventuellt det faktum att den finska e-handelsmarknaden, i generella termer, vaknade något senare än övriga Norden.
- ▶ Det vanligaste angivna skälet till att ett e-handelsköp har avbrutits är att konsumenten kom på att han eller hon faktiskt inte behövde varan.
- ▶ Ett annan orsak som lyfts fram är tekniska fel, 14 procent av de boende i Sverige anger det skälet.

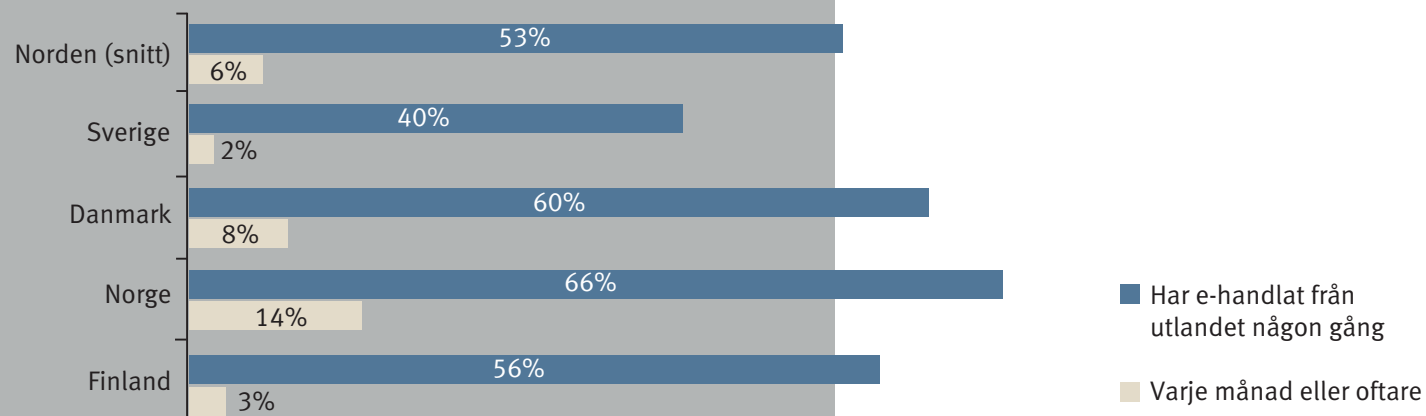
Hur ofta har det hänt att du avbrutit ett köp av en vara på internet sedan du väl påbörjat köpprocessen



Konsumenterna i Norge toppar e-handeln från utlandet

- ▶ Varannan e-handelskonsument i Norden anger att de någon gång har e-handlat från utlandet.
- ▶ E-handelskonsumenterna i Norge är mest benägna att vända sig utomlands: två av tre e-handelskonsumenter i Norge har någon gång e-handlat från utlandet. 14 procent handlar från utlandet minst en gång i månaden.
- ▶ Boende i Sverige är de som i minst utsträckning har e-handlat från utlandet, möjligen i förvissning om att det de söker finns att tillgå på sajter med svenska domännamn och som levererar från Sverige?
- ▶ Att e-handla från utomnordiska länder, och då framförallt från Storbritannien, USA eller Tyskland, är betydligt mer vanligt än att e-handla från andra nordiska länder.
- ▶ 50 procent av de nordbor som har e-handlat från utlandet har handlat från USA och lika stor andel från Storbritannien. Därefter följer Tyskland som 33 procent har e-handlat från.

Ungefär hur ofta handlar du varor på internet från utlandet







E-handel mellan nordiska grannar

- ▶ Av de e-handelsköp som nordbor gör från sina nordiska grannländer så sker de flesta köpen från Sverige. 14 procent i Danmark, 20 procent i Finland och 21 procent av e-handelskonsumenterna i Norge har handlat från Sverige någon gång.
- ▶ Boende i Sverige handlar från de nordiska grannarna i mycket liten utsträckning. Av de "nordiska" e-handelsköp som ändå görs av privatpersoner i Sverige är den övervägande andelen från Danmark.
- ▶ De boende i Danmark är också ganska begränsade i sin e-handel från sina nordiska grannländer. En del handel sker från Sverige, däremot är handeln från Norge och Finland marginell.
- ▶ De som bor i Norge handlar både från Sverige och Danmark, men ratar Finland.
- ▶ Av de i Finland som e-handlat från utlandet har 20 procent handlat från Sverige. Handel från Danmark och Norge sker däremot i väldigt liten utsträckning.



Detta e-handlar vi från utlandet

Vilka slags varor har du köpt på internet från utlandet under det senaste året?

					Norden (snitt 2011)
Hemelektronik	26 %	19 %	39 %	37 %	29 %
Kläder	24 %	32 %	40 %	29 %	30 %
Skivor och film	10 %	17 %	30 %	33 %	20 %
Böcker	20 %	15 %	24 %	19 %	19 %
Sport- och fritidsartiklar	7 %	10 %	11 %	7 %	8 %
Kosmetik, hud- och hårvård	7 %	7 %	9 %	6 %	7 %
Biltillbehör	7 %	6 %	5 %	7 %	6 %

(Bas: har handlat från utlandet)

- ▶ De varor som nordbor e-handlar från utlandet är ungefär desamma som de handlar från nationellt. Kläder, hemelektronik, skivor och film och böcker ligger i topp även i e-handeln från utlandet.
- ▶ Kläder är i topp när det gäller vilka varor nordbor helst e-handlar från utlandet. Dock är andelen nordbor som anger att de har e-handlat kläder från utlandet (30 procent) färre än andelen som anger att de handlat kläder på distans under 2010 (49 procent). I övrigt är andelen som e-handlat en viss varukategori från utlandet ungefär lika stor som den inhemska e-handeln.

Lägre pris och större utbud lockar vid e-handel från utlandet





- Den främsta förklaringen till varför nordbor e-handlar från utlandet är att man räknar med ett lägre pris än i det egna landet.
- En annan stark drivkraft är att vissa typer av varor inte finns att få tag på i det egna landet eller att utbudet är för begränsat. Dessa drivkrafter liknar varandra och slår man samman dessa är det en något större andel som anger denna anledning än som anger lägre pris.

Varför väljer du att handla varor på internet från utlandet?



Skäl för att inte handla från utlandet

Varför handlar du inte från utlandet?

					Norden (snitt 2011)
Det jag behöver finns på SV/ DK/BOK/FIN sajter	18 %	18 %	11 %	25 %	18 %
Risken att bli lurad är för stor	7 %	8 %	3 %	20 %	9 %
Inte blivit av/ ej behov	43 %	41 %	36 %	29 %	38 %
Betalningssäkerheten	11 %	12 %	11 %	23 %	14 %
Jag litar inte på att varorna kommer fram	7 %	12 %	5 %	18 %	10 %
Moms och tull gör det besvärligt	2 %	6 %	4 %	7 %	4 %
Annat skäl	5 %	17 %	18 %	7 %	11 %
Det är krångligt med språkskillnader	4 %	7 %	3 %	19 %	8 %
Priserna är högre	0 %	3 %	2 %	4 %	2 %
Tveksam/ vej ej	9 %	3 %	10 %	3 %	7 %

(Bas: har handlat från utlandet)

- ▶ Det vanligaste svaret från nordbor på frågan om varför de inte har e-handlat från utlandet, är att det helt enkelt inte har blivit av. Nästan fyra av tio anger detta som ett huvudskäl.
- ▶ Var femte e-handelskonsument i Norden som aldrig har e-handlat från utlandet, anser dessutom att det som de behöver finns att köpa på sajter som relaterar till det egna landet.
- ▶ Var tionde nordbo litar inte på att varorna ska komma fram om de e-handlar från utlandet, bland de boende i Finland hyser nästan två av tre e-handelskonsumenter farhågor för detta.
- ▶ I Finland är språkskillnader även en faktor som lägger band på finländarnas intresse för att e-handla från utlandet i en högre utsträckning än i övriga Norden.

10 tips från Posten Nordens e-handelsexpert – så tar du ditt e-handelsföretag ut i Norden

Många e-handelsföretag i Norden har börjat sin verksamhet lokalt – till exempel i Skellefteå i Sverige, Bergen i Norge, Vejle i Danmark eller Vasa i Finland. Och säljer idag sina produkter i hela världen.

Att satsa ordentligt på att nå en ökad kundbas utanför sitt hemland är egentligen inte så svårt men man ska inte underskatta utmaningarna. Det handlar om att vara trovärdig i allt från kundservice till leverans. Det handlar om att synas. Om att sticka ut och erbjuda något unikt. Men också om att erbjuda valfrihet i betalningslösningar och distributionssätt.

De som har lyckats utanför sina egna gränser har upptäckt att konsumenterna inte betar sig så annorlunda för att de bort på andra sidan Bottenhavet eller Öresund. E-handeln är gränslös och mer förenar än skiljer konsumenterna i de olika länderna – vilket också framgår av denna rapport.

Arne Andersson
E-handelsexpert i Posten Norden

1. Var uppmärksam på lokala regler och lagar för distanshandel, marknadsföring och hantering av personuppgifter
2. Anlita professionella översättare för att översätta sajten till landets språk
3. Ta reda på hur kunderna i landet vill betala och erbjud dessa alternativ
4. Fundera på hur du hittar de kunder som kommer att uppskatta ditt erbjudande – och hur de ska hitta dig
5. Anpassa leveranserna till hur snabbt kunderna förväntar sig att få varorna och hur de vill få dem levererade
6. Se till att er kundtjänst talar kundens språk och nås på ett lokalt telefonnummer
7. Hitta en logistikleverantör som kan sköta distributionen i så många länder som möjligt
8. Samarbeta med företag och organisationer som kunderna litar på i landet och använd deras logotyper på sajtens förstasida
9. Ta hjälp av andra e-handelsföretag som redan har etablerat sig i landet
10. Ta hjälp av någon som känner landet väl, kan språket och förstår kultur- och köpbeteenden.

Kort om Posten Norden

- ▶ Posten Norden AB bildades genom samgåendet mellan Post Danmark A/S och Posten AB 2009. Koncernen erbjuder kommunikations- och logistiklösningar till, från och inom Norden och har en nettoomsättning på cirka 40 Mdr SEK och drygt 44 000 medarbetare.
- ▶ Varje arbetsdag förmedlar Posten Norden cirka 29 miljoner försändelser med en kvalitet i världsklass.
- ▶ Varje dygn hanterar koncernen 500 000 paket.
- ▶ Posten Norden har 12 000 brevbärare i Sverige och 11 000 i Danmark.
- ▶ Posten Norden har cirka 4 400 paketutlämningsställen med generösa öppettider i Sverige, Danmark, Finland och Norge.
- ▶ Posten Norden har cirka 1 600 postombud i Sverige samt cirka 820 Posthuse, Postbutikker och butiker med postfunktion i Danmark.
- ▶ MyPack är Posten Nordens pakettjänst till företag med leveranser till privatpersoner i Norden. MyPack-nätverket har 700 utlämningsställen i Norge och 1 200 utlämningsställen i Finland.

Den starkaste affärspartneren för e-handel i Norden

- ▶ Med ett heltäckande nordiskt tjänsteutbud och paketutlämningsnät är Posten Norden den starkaste affärspartneren för e-handel i Norden. En rad tjänster erbjuds som förenklar e-handlarens vardag, allt från marknadsföring till distribution och avisering.
- ▶ För att tillhandahålla hög service och tillgänglighet, som den kraftigt ökande e-handeln kräver, har Posten Norden paketutlämningstjänsten MyPack vid sidan av befintliga utlämningsnät och brevbärartjänster.

