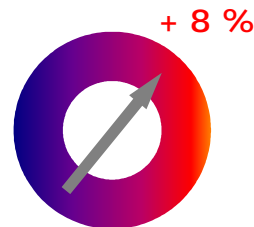
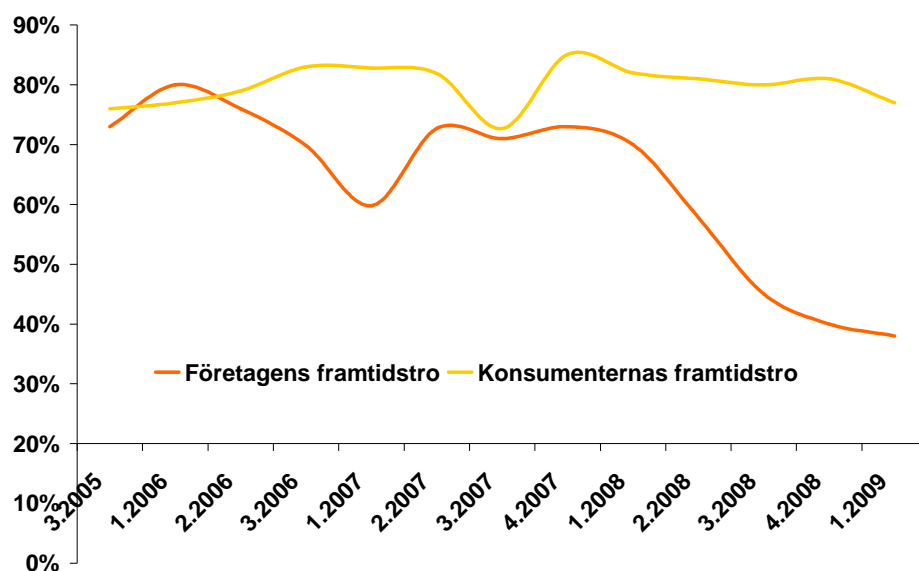


e-barometern



Konsumenters prismedvetenhet gynnar e-handeln

Trots den ekonomiska oro som råder fortsätter e-handeln att uppvisa positiva tillväxttal. Försäljningen över internet ökade med 7,9 procent under årets första kvartal. Prognosen är att e-handeln kommer att omsätta 21,5 miljarder under 2009. Optimismen bland konsumenterna fortsätter vara relativt hög, 77 procent bedömer att de kommer att handla på internet under det kommande halvåret. Optimismen hos företagen, vars försäljning nu utvecklas betydligt svagare än under de senaste åren, faller ytterligare något detta kvartal.



Konsumenternas framtidstro:

Kommer du att handla över internet under det närmaste halvåret?

Företagens framtidstro:

Tror du att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret?

- E-handels försäljning steg under det första kvartalet år 2009 med 7,9 procent jämfört med första kvartalet 2008.
- Prognosen för e-handels omsättning 2009 är 21,5 miljarder kronor. E-handeln skulle därmed utgöra 4,2 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.
- Den svaga kronkursen gynnar svensk e-handel vars priser blir attraktiva för utländska konsumenter.
- Prismedvetenheten ökar bland konsumenterna i lågkonjunktur, något som många handlare möter med sänkta marginaler.
- 60 procent av konsumenterna upplever att betalningssäkerheten via e-handel har ökat under de senaste två åren.

Om undersökningen

AB Handelns 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 2009 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. Med konsumenter avses privatpersoner med internetuppkoppling. Frågor kring e-barometern besvaras av Jonas Arnberg, HUI, 08-762 72 90 och Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Per Ljungberg, presschef Posten AB, 08-781 17 39 och Posten Medierelationer, 08-23 10 10.

Företagens försäljningsutveckling

Företagen något mindre optimistiska

Optimismen bland de svenska e-handelsföretagen faller ytterligare något detta kvartal. 38 procent av e-handelsföretagen bedömer idag att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret jämfört med 70 procent för ett år sedan. Var femte e-handlare tror att försäljningen kommer att minska under de kommande sex månaderna.

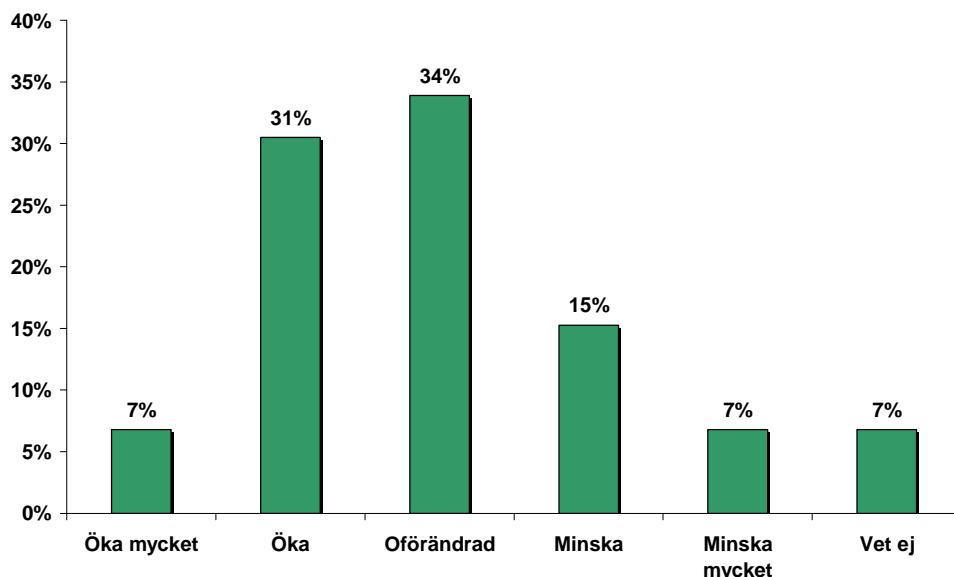


Diagram 1:

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

Kunderna mer priskänsliga idag

58 procent av företagen upplever att kunderna är mer priskänsliga idag jämfört med vad de var för ett år sedan vilket torde vara en följd av lågkonjunkturen då konsumenter i regel blir mer prismedvetna. Var tredje e-handlare upplever att kundernas priskänslighet är oförändrad.

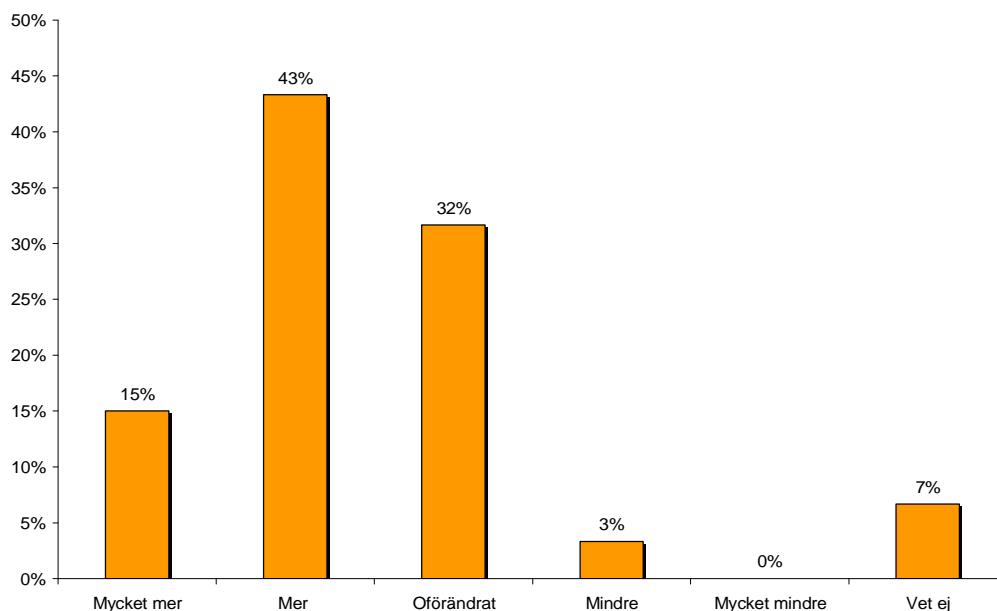


Diagram 2:

Upplever du att dina kunder är mer eller mindre priskänsliga idag än vad de var för ett år sedan?

Många överväger att minska marginalerna

43 procent av företagen har minskat, eller övervägt att minska, sina marginaler för att kunna ha ett attraktivt pris på varorna. Något fler, 48 procent, har inte övervägt att minska marginalerna.

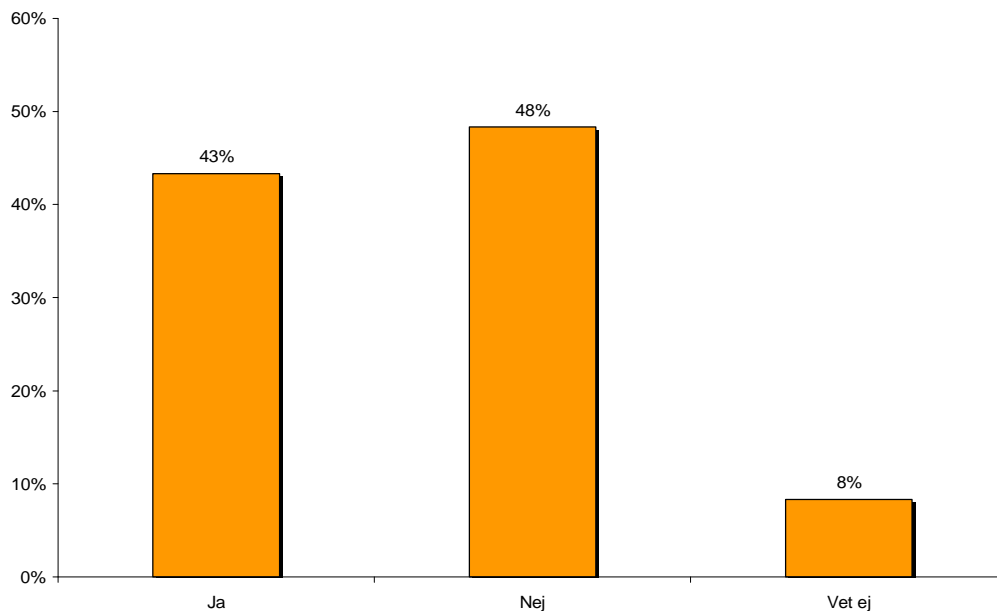


Diagram 3:

Har du minskat, eller övervägt att minska, dina marginaler för att kunna ha ett attraktivt pris på dina varor?

Den svaga kronan har ökat trafiken från andra länder

Vart fjärde företag upplever att de har fått fler kunder från andra länder sedan kronan i höstas på allvar tappade i värde jämfört med andra valutor. Majoriteten, 58 procent, upplever att antalet kunder från andra länder är oförändrat.

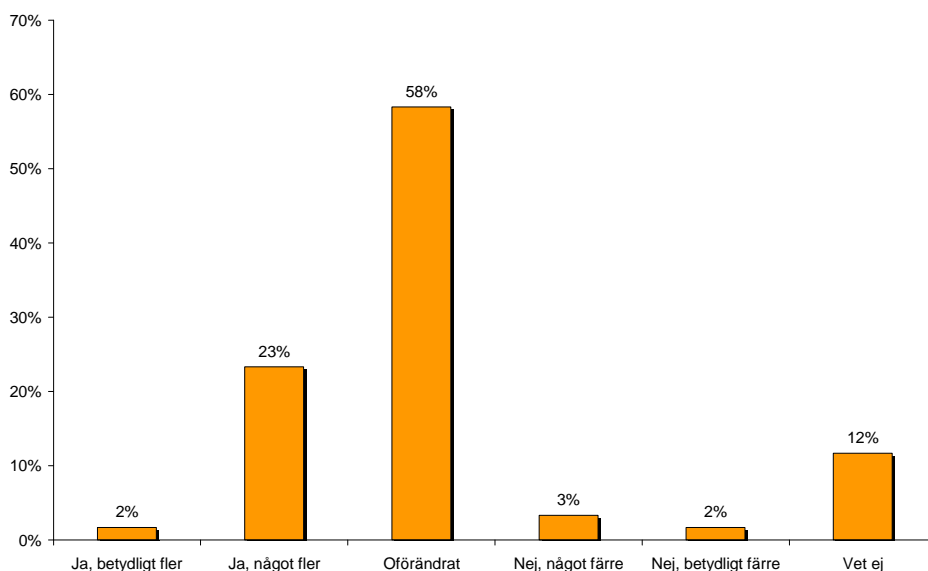


Diagram 4:

Upplever du att du har fått fler kunder från andra länder sedan kronan i oktober 2008 på allvar tappade i värde jämfört med andra valutor?

Majoriteten anser att betalningssäkerheten förbättrats

53 procent av företagen anser att betalningssäkerheten på svenska e-handelssajter har förbättrats under de senaste två åren, detta är något färre jämfört med för ett år sedan. Givet att säkerheten nått en hög nivå är det sannolikt naturligt att möjligheten att förbättra blir mindre.

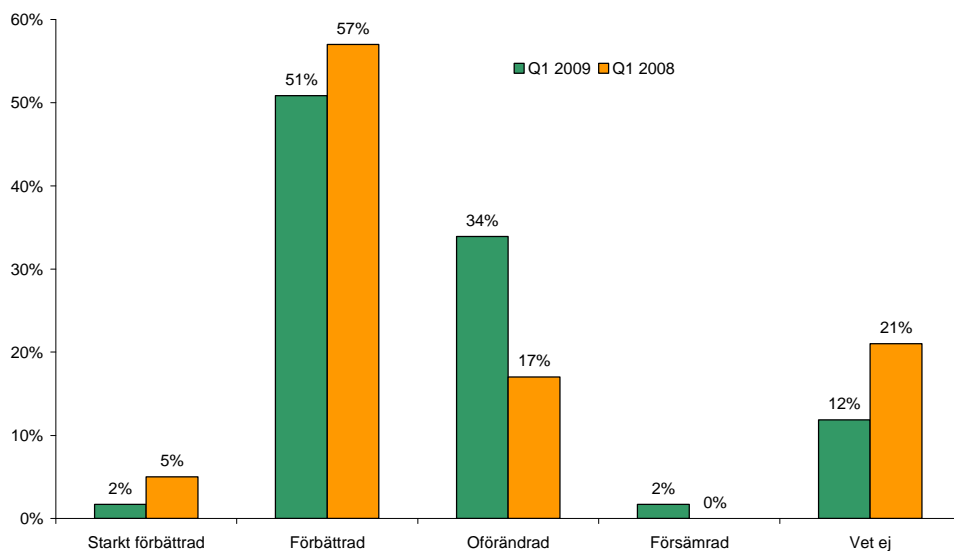


Diagram 5:

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

Konsumenterna

E-handelskonsumenterna fortsätter att vara optimistiska. De flesta, 77 procent, uppger att de planerar att handla varor över internet under det kommande halvåret. Konsumenterna i åldersspannet 23-35 år är de mest positiva där 87 procent tror att de kommer att e-handla under det kommande halvåret.

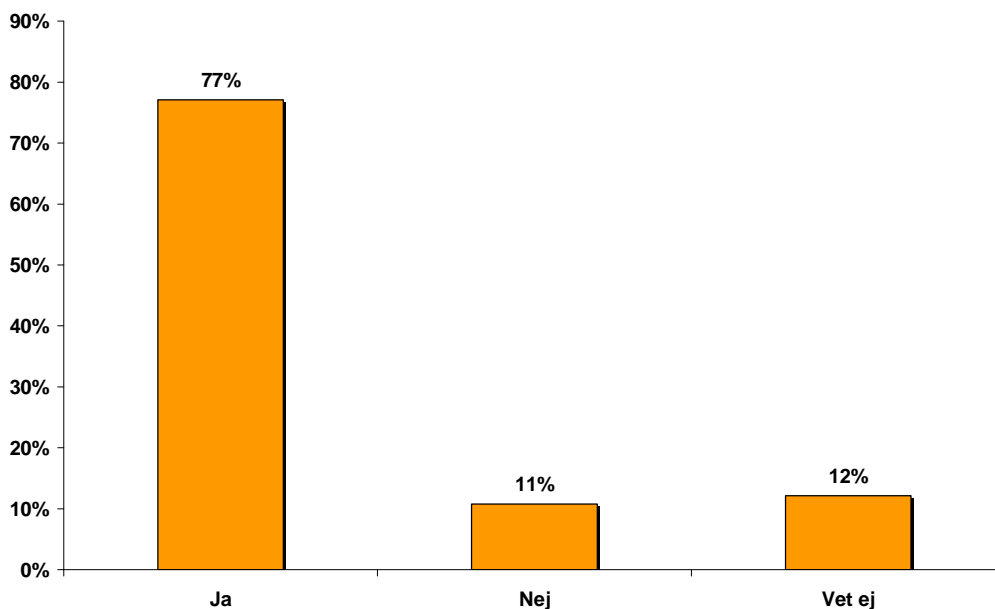


Diagram 6:
Tror du att du kommer att handla produkter på internet under de närmaste sex månaderna?

3 av 4 handlar på internet minst en gång i halvåret

De flesta av e-barometerns respondenter handlar relativt ofta på internet. 75 procent uppger att de handlar minst någon gång per halvår. Var tredje konsument handlar minst en gång i månaden. Endast 5 procent handlar aldrig på internet.

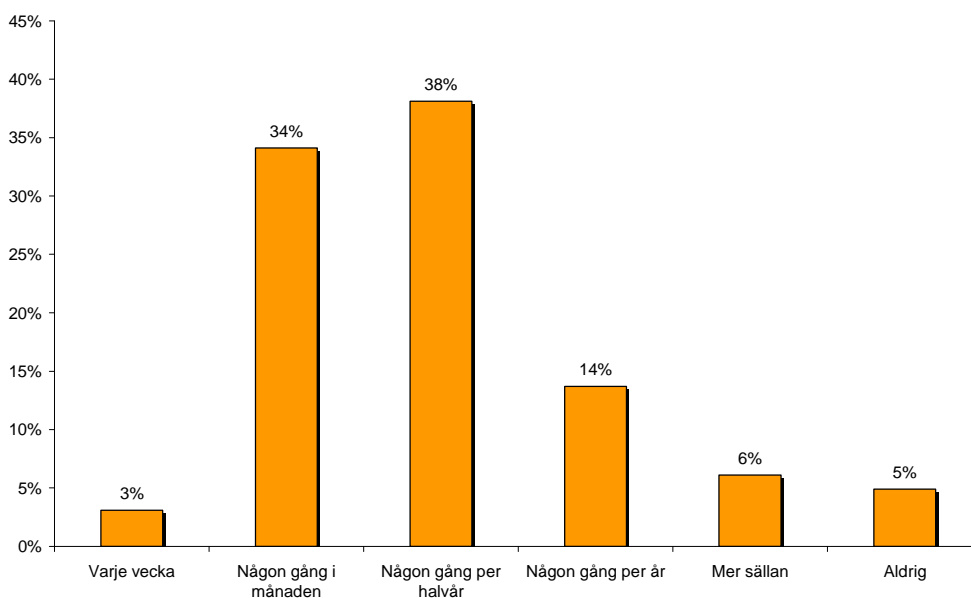


Diagram 7:
Ungefär hur ofta handlar du varor på internet?

4 av 10 besöker jämförelsesajter oftare idag jämfört med för ett år sedan

39 procent besöker jämförelsesajter mer ofta eller betydligt mer ofta idag jämfört med för ett år sedan. Knappt hälften av konsumenterna besöker jämförelsesajter, till exempel Pricerunner, lika ofta.

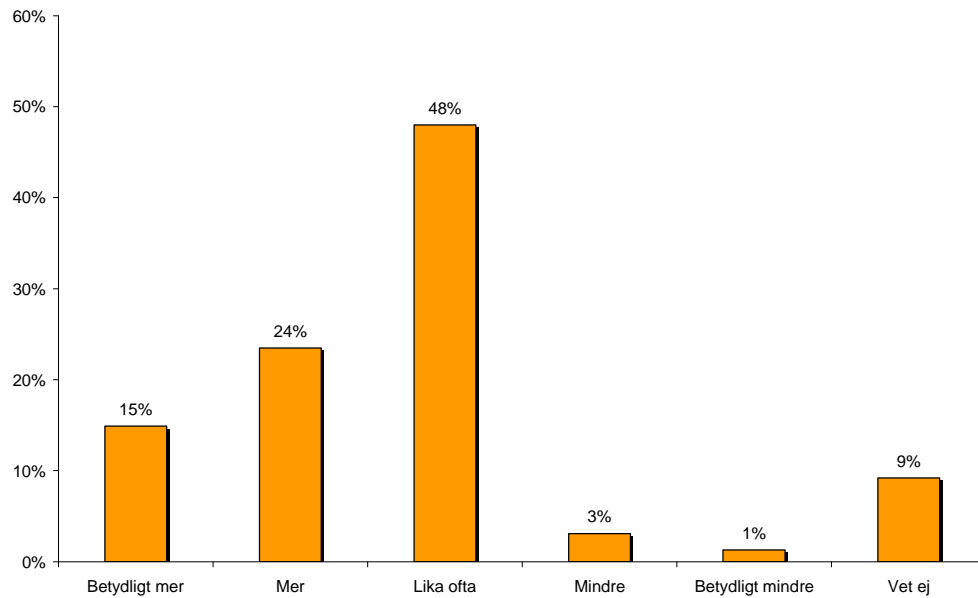


Diagram 8:

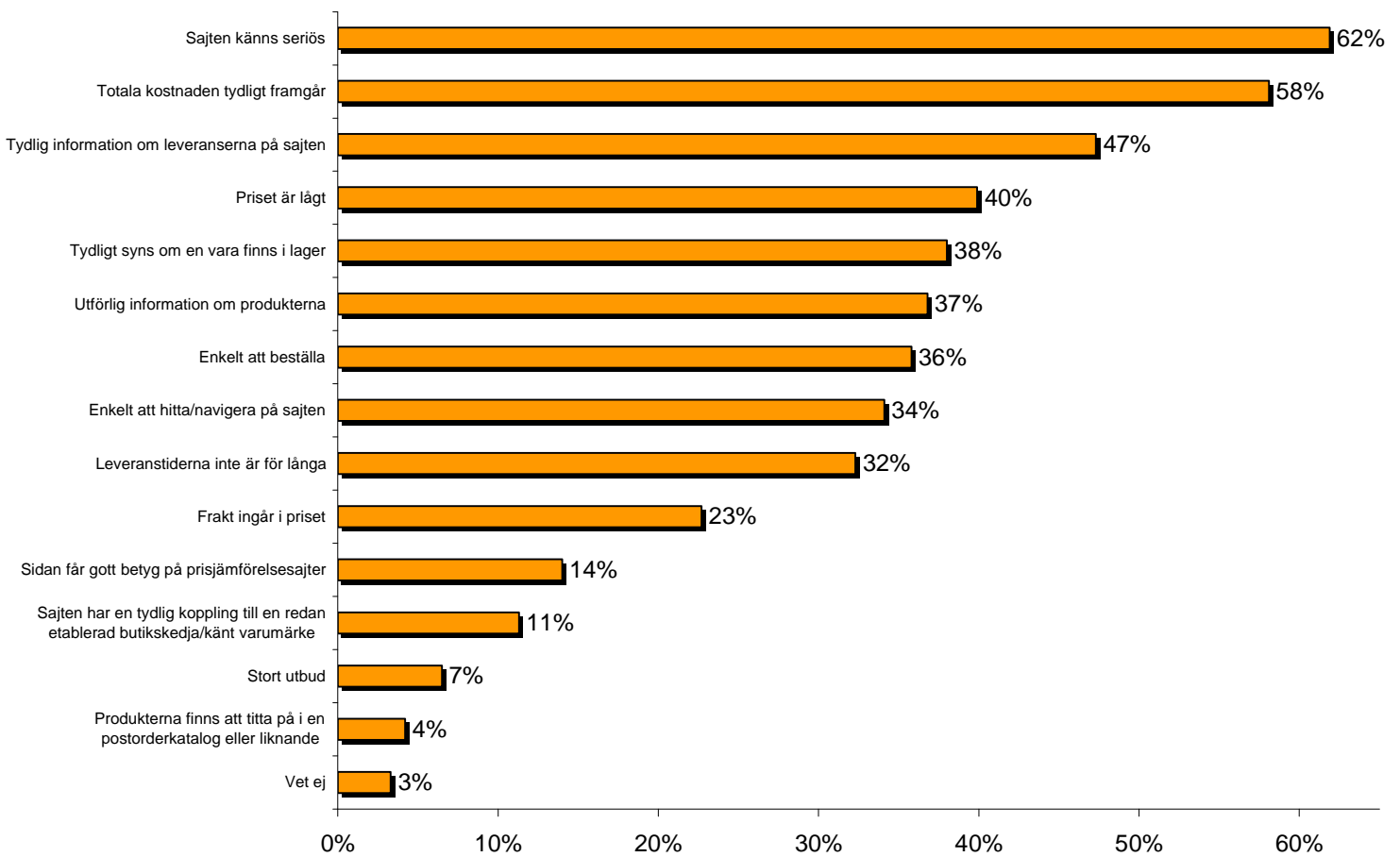
Jämfört med för ett år sedan, hur ofta bedömer du att du besöker jämförelsesajter idag i syfte att hitta det bästa priset?

Viktigt att sajten känns seriös

Att sajten känns seriös tycker 62 procent av konsumenterna är en av de viktigaste faktorerna för att man ska vilja handla på en internetsajt. Att den totala kostnaden tydligt framgår och att det finns tydlig information om leveranserna är andra viktiga faktorer. Att priset är lågt är en annan viktig aspekt.

Diagram 9:

Vilka faktorer är viktigast för att du ska vilja handla på en internetsajt? Fler svarsalternativ möjliga.



Fyra av tio oroar sig sällan eller aldrig för betalningssäkerheten

40 procent av konsumenterna oroar sig sällan eller aldrig för betalningssäkerheten. Knappt två av tio, 17 procent, oroar sig ofta.

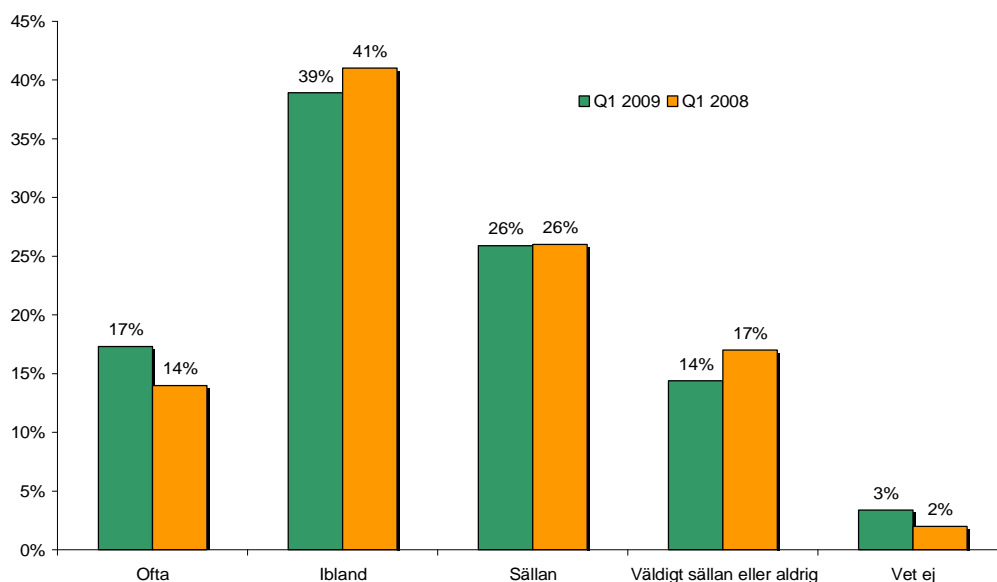


Diagram 10:

Hur ofta oroar du dig för betalningssäkerheten när du handlar varor på internet?

De flesta upplever att betalningssäkerheten har blivit säkrare

60 procent av konsumenterna anser att betalningssäkerheten via e-handel har blivit säkrare eller mycket säkrare under de senaste två åren. Endast fem procent upplever att betalningssäkerheten har blivit osäkrare. Jämfört med för ett år sedan är konsumenternas upplevelser gällande betalningssäkerheten mycket likartade.

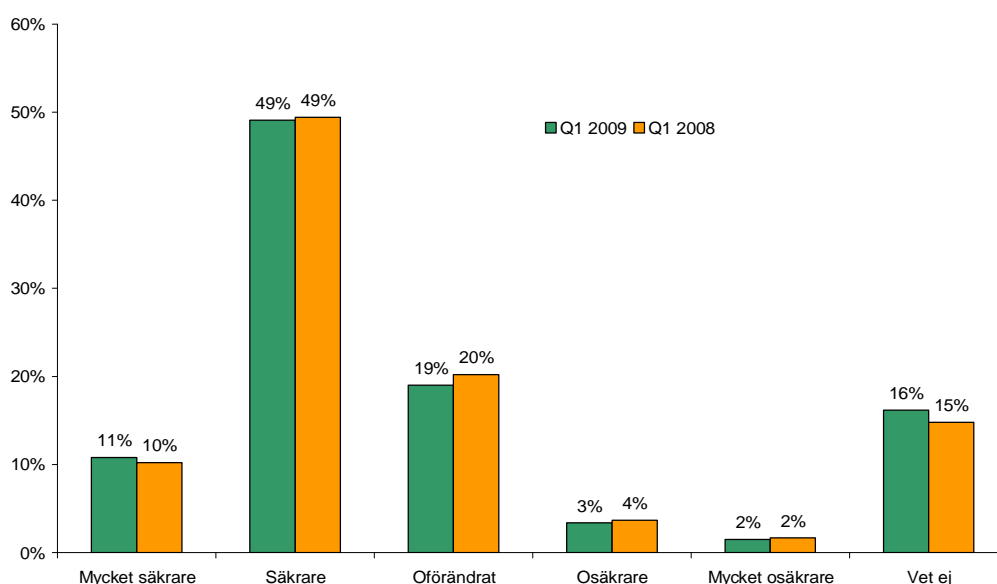


Diagram 11:

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

Betalning via internetbank skapar trygghet

48 procent anser att möjligheten att kunna betala via internetbank är en av de viktigaste faktorerna för att man ska känna sig trygg när man handlar från en e-handelssajt för första gången. Att kunna betala med ett känt betalkort, att e-handelssajten varumärke är välkänt och att det finns tydliga kontaktuppgifter är andra viktiga faktorer.

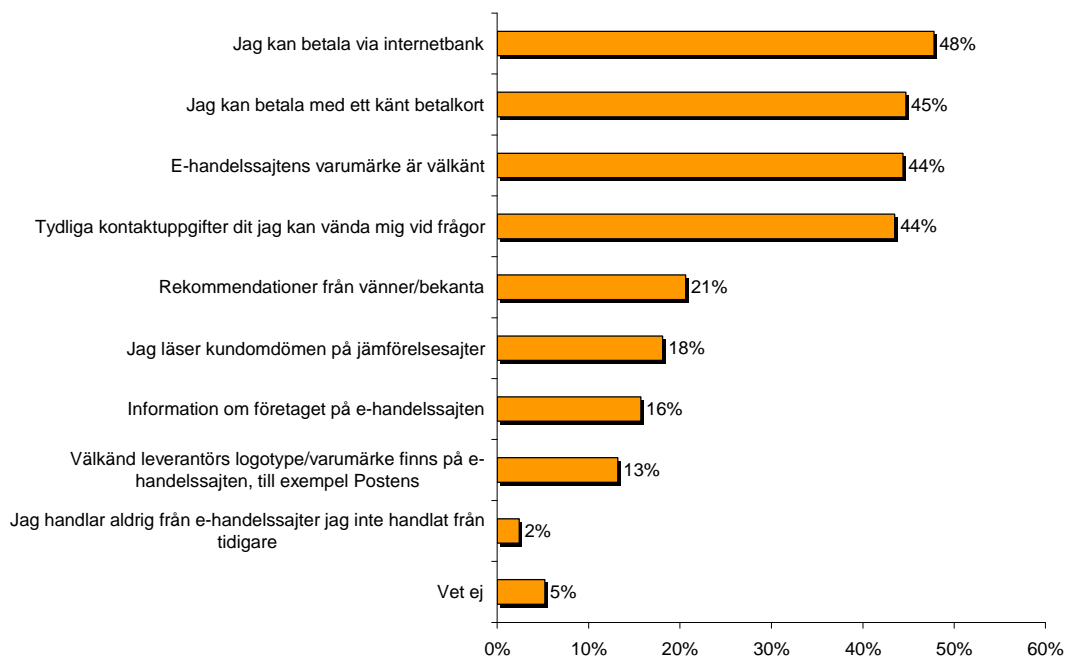


Diagram 12:
Vilka av nedanstående faktorer är viktigast för att du ska känna dig trygg när du handlar varor från en e-handelssajt för första gången? Fler svarsalternativ möjliga.

Kommentarer till e-barometern:

- Trots lågkonjunkturen fortsätter ökningen av inköpen på nätet. Samtidigt blir vi mer priskänsliga och använder nätets olika prisjämförelsetjänster mer nu än för ett år sedan. För företagens del innebär den ökade priskänsligheten att många nu skruvar ner sina marginaler för att vara fortsatt konkurrenskraftiga, säger Per Mossberg, kommunikationsdirektör på Posten.
- Prismedvetenheten är hög bland dagens konsumenter något som gynnar e-handeln där möjligheten att jämföra priser och handla billigt är stort. E-handelns tillväxt bedöms också förbli betydligt kraftigare än den traditionella butikshandeln under den närmaste framtiden, inte minst för att möjligheten att sälja mot konsumenter i Europa där den svaga svenska kronan gör svensk e-handel konkurrenskraftig, säger Jonas Arnberg på HUI.

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 2009 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. Med konsumenter avses privatpersoner med internetuppkoppling. Frågor kring e-barometern besvaras av Jonas Arnberg, HUI, 08-762 72 90 och Jessica Lindblom, HUI, 08-762 72 85 eller Per Ljungberg, presschef Posten AB, 08-781 17 39 och Posten Medierelationer, 08-23 10 10.