

Distanshandeln i Norden 2010

En rapport om nordbors vanor och attityder till distanshandel



Nordisk distanshandel med fortsatt växtkraft

För andra året i rad kan Posten Norden presentera en undersökning som speglar och fördjupar bilden av distanshandelns utveckling på nordisk nivå. Rapporten har ambitionen att beskriva både hur och varför denna del av detaljhandeln stadigt fortsätter att expandera.

Sedan förra årets undersökning har den nordiska distanshandeln fortsatt att, i alla bemärkelser, växa. På Nordennivå är den idag värd 90 miljarder svenska kronor och svarar för mer än fyra procent av den totala detaljhandeln, siffror som antagligen hade framstått som verklighetsfrämmande bara för några år sedan.

Att distanshandeln ökade i den kraftiga lågkonjunktur som präglade 2009 är det kanske främsta beviset för dess potential. Tack vare en stark upphämtning i Finland blev tillväxten för distanshandeln i Norden hela 17 procent under fjolåret. Men trots att man i Finland ökade sina köp så markant är det fortfarande danskarna som är de mest frekventa distanshandlarna bland oss nordbor. Nästan fyra av tio danskar i undersökningen distanshandlar varje månad, en frekvens som ingen annan nation är i närheten av.

Eftersom Posten Norden har marknadens mest kompletta utlämningsnät och affärslösningar i Norden för distanshandel är den tillväxt som sker på den nordiska marknaden givetvis tilltalande för oss. Med sammanlagt 4 200 utlämningsställen i Sverige, Danmark, Norge och Finland är vi den starka partnern för både de distanshandelsföretag som endast säljer i ett nordiskt land och för de som vill nå hela den nordiska marknaden.

Oavsett vilken infallsvinkel man har, bjuder *Distanshandeln i Norden 2010* på inspirerande insikter och värdefullt vetande.

Trevlig läsning!

Stockholm i maj 2010

Per Mossberg
Kommunikationsdirektör
Posten Norden

Innehåll

Sammanfattning	4
Stark tillväxt för nordisk distanshandel	5
Goda framtidsutsikter	6
Kontokort och faktura betalningsfavoriter	7
Många steg i e-köpet	8
Mobil e-handel i startgroparna	9
Utbredd handel från utlandet	10
Priset lockar vid utlandsköp	11
Bilaga 1 – frågeformulär	12
Bilaga 2 – beräkningsmetod mm	13

Om undersökningen

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2 000 privatpersoner i Sverige och Danmark respektive 800 i Norge och Finland i riksrepresentativa urval. Intervjuerna genomfördes under perioden 16 november till 1 december 2009 av TNS SIFO.

I rapporten används begreppen *distanshandel* och *e-handel*. Distanshandel omfattar all beställning av varor på distans, oavsett beställningssätt (internet, postorderkatalog, svarstalong, telefon eller TV). Med distanshandel menas att köpare och säljare aldrig träffar varandra fysiskt. E-handel avser endast när beställningen av varor sker via internet.

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

Jämförelser görs med förra årets genomsnittstal. För fördjupade jämförelser hänvisas till fjolårets rapport.

Svenska Statistiska Centralbyrån har under 2009 gjort ett flertal revideringar av den svenska detaljhandelsstatistiken för 2008. Därför kan inte jämförelser med fjolårets omsättningssiffror på nordisk nivå i absoluta tal göras. Däremot stämmer den procentuella utvecklingen.

Sammanfattning

För andra året i rad har Posten Norden intervjuat nordbor om deras attityder och vanor kring distanshandel, det vill säga köp av varor via internet och postorder. Syftet är att öka kunskapen om distanshandelns roll och vilka likheter och skillnader som finns mellan de nordiska länderna.

- **Nordisk distanshandel för 90 miljarder kronor** – Totalt omsatte den nordiska distanshandeln uppskattningsvis drygt 90,4 miljarder svenska kronor¹ under 2009. Den stod för över fyra procent av den totala detaljhandeln i respektive land. Allra störst var andelen i Danmark, 5,2 procent.
- **Finsk ökning bakom stark tillväxt** – Tillväxten i Norden var också mycket stark, 17,4 procent. En viktig förklaring till detta var de starka finska tillväxttalen som dock kom från låga nivåer.
- **Danskarna handlar oftast** – Nästan fyra av tio danskar handlar på distans varje månad. Det är en viktig förklaring till att danskarna behåller tätpositionen inom den nordiska distanshandeln.
- **Norskt genomsnittsköp högst** – Normännen har dock handlat för mest pengar. Totalt uppskattas varje distanshandelskonsument i Norge ha handlat varor för i genomsnitt 9 658 svenska kronor² under 2009. Nordengenomsnittet var 7 342 kronor. Svenska distanshandelskonsumenter låg lägst med 5 629 kronor i snitt under året.
- **Tro på fortsatt tillväxt** – Intervjuerna visar också att det finns en tro på fortsatt tillväxt för distanshandeln inför 2010. Tillväxtnettot är positivt – klart fler säger att de kommer att öka än minska sin handel.
- **Pris och bekvämlighet lockar** – Pris är det enskilt viktigaste motivet för att handla på nätet men nästan lika tungt väger skäl som på olika sätt relaterar till bekvämlighet och tillgänglighet.
- **Dankort dansk favorit** – Betalningssätten skiljer sig mellan länderna. I Danmark är Dankortet det favoriserade valet medan faktura är vanligast i Sverige.
- **Sofistikerat köp på nätet** – E-handelsköpet sker i flera steg. Vanligast är att googla. Många använder också kataloger som man anser ger mer information och bättre överblick.
- **Mobil e-handel på gång** – Bara en liten andel har ännu e-handlat från mobiltelefonen men en av fem är positiva till att göra det. Branschbedömare tror också att mobilen kommer att få en allt större betydelse för e-handeln under de närmaste åren.
- **Utbredd utlandshandel** – Nästan hälften av de nordbor som e-handlar har någon gång handlat från utländska sajter. Störst är handeln från USA, Storbritannien och Tyskland. Den inomnordiska handeln utgörs till största del av handel på svenska sajter från övriga Norden.

1 Uppskattningen samt tillhörande beräkningar är gjorda av Handelns Utredningsinstitut i Sverige (se bilaga 2)

2 Ibid

Stark tillväxt för nordisk distanshandel

Den nordiska distanshandeln trotsade lågkonjunkturen 2009. Totalt växte den drygt 17 procent vilket innebar en total omsättning på uppskattningsvis 90,4 miljarder kronor. Starkast var tillväxten i Finland som ökade från en låg nivå.

I ett glest befolkat Norden har distanshandeln länge varit en viktig del av handeln. Förr var den synonym med postorder. Idag har den till största delen flyttat ut på nätet. Likhetstecken sätts numera ofta mellan distanshandel och e-handel. Internet är idag också det klart vanligaste sättet att beställa på. Drygt åtta av tio distanshandlande nordbor svarar att de oftast handlar på detta sätt.

Finländarna lyfte tillväxttalen...

Under 2009 upplevde den nordiska distanshandeln en kraftig tillväxt och växte med drygt 17 procent. Bakom dessa starka tal stod framför allt Finland vars distanshandel växte med närmare 50 procent.

Redan i förra årets rapport pekades Finland ut som en marknad med stark tillväxtpotential. Dessa förutsägelser har alltså infriats. Betydligt fler finländare handlade också via internet och postorder under 2009 än året innan.

... men danskarna fortsatt i topp

Danskarna behåller samtidigt tätpositionen inom den nordiska distanshandeln. Nästan fyra av tio danskar handlar på distans varje månad. Det är en viktig anledning till att den danska distanshandelns andel av detaljhandeln också är störst i Norden.

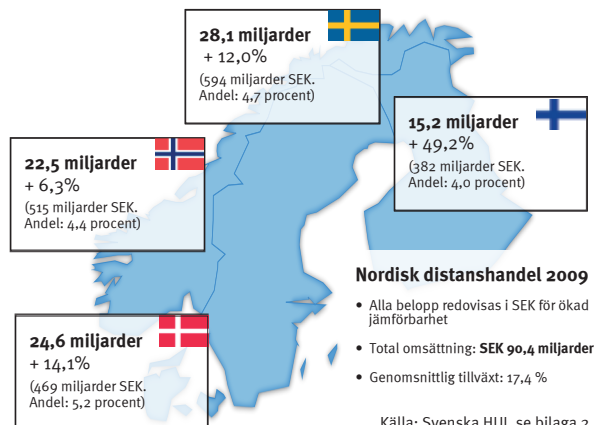
På nordisk nivå har det under 2009 skett en relativt kraftig tillströmning av nya distanshandelskonsumenter. Denna tillväxt har skett uteslutande inom den nätbaserade distanshandeln. För ett år sedan beställde tre av fyra oftast på detta sätt. Nu är andelen drygt åtta av tio. Övriga beställningssätt minskade däremot svagt.

Normmän handlar för mest per år

Om det är flest danskar som handlar på distans, så är normmän de som i snitt handlar för mest per år. Normmännen ligger på en ohotad förstaplats och varje konsument uppskattas i genomsnitt ha distanshandlat för totalt 9 658 svenska kronor under 2009. Det är nästan dubbelt så mycket som svenskarnas 5 629 kronor. Genomsnittet för den nordiska distanshandelskonsumenteten var 7 342 svenska kronor under 2009.

Figur 1: Omsättning distanshandel Norden 2009

(Total distanshandel respektive procentuell tillväxt jämfört med 2008. Inom parentes redovisas total detaljhandel samt distanshandelns andel av densamma)



Tabell 1: Vanligaste beställningssätt

Bas: Har distanshandlat under det senaste året					Norden (snitt 2008)	Norden (snitt 2009)
När du handlar varor på distans, vilket beställningssätt använder du oftast?						
Internet	78%	89%	83%	82%	76%	82%
Postorderkatalog	11%	6%	9%	11%	11%	10%
Telefon	7%	3%	6%	6%	9%	6%
Annat/ vet ej	2%	1%	2%	1%	-	2%
("Svarstalong" respektive "TV" redovisas under "annat")						





Tabell 2: Andel 15 år och äldre som distanshandlar

Bas: samtliga					Norden (snitt 2008)	Norden (snitt 2009)
Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via internet, postorderkatalog, beställningstalong, telefon eller TV?						
"Varje månad"	22%	37%	25%	8%	21%	23%
- Män	23%	41%	28%	7%	24%	24%
- Kvinnor	23%	32%	23%	8%	18%	22%
- 15-29 år	36%	47%	35%	4%	27%	31%
- 30-49 år	32%	52%	37%	17%	29%	33%
- 50-64 år	15%	25%	17%	5%	17%	15%
- 65- år	5%	8%	9%	2%	4%	6%
Totalt - varje månad	4,7 miljoner nordbor (+6,8 procent)					
"Under året"	64%	71%	59%	54%	57%	63%
Totalt - under året	12,9 miljoner nordbor (+7,5 procent)					
"Distanshandlat någon gång"	76%	77%	70%	69%	71%	74%
Totalt - någon gång	15,1 miljoner nordbor (0 procent)					





Tabell 3: Genomsnittsköp per år

Bas: Har distanshandlat under det senaste året					Norden (snitt 2009)
Årligt genomsnittsköp 2009	5 629 SEK	7 753 SEK	9 658 SEK	6 328 SEK	7 342 SEK





Tabell 4: Prognos för egen distanshandel under 2010

Bas: Har distanshandlat under det senaste året (NY)					Norden (snitt 2009)
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?					
Många fler	5%	6%	3%	0%	4%
Något fler	18%	39%	29%	15%	24%
Oförändrat	70%	50%	61%	69%	64%
Något färre	4%	4%	5%	7%	5%
Betydligt färre	2%	1%	0%	4%	2%
Tveksam, vet ej	1%	1%	2%	5%	2%

Tabell 5: Viktigaste skälen för att distanshandla

Bas: Har distanshandlat under det senaste året (NY)					Norden (snitt 2009)
Vilken av följande är den enskilt viktigaste anledningen för dig att handla varor på distans istället för i butik?					
Det är billigare	24%	34%	25%	17%	25%
Jag kan handla när det passar mig	20%	18%	23%	30%	22%
Det är bekvämare	25%	22%	14%	21%	21%
Större eller bättre utbud	19%	13%	23%	18%	18%
Det är tidsbesparande	9%	10%	12%	12%	10%
Tveksam, vet ej	3%	2%	4%	2%	3%

Tabell 6: Vanligaste varorna att handla på distans

Bas: Har distanshandlat under det senaste året (fler svar möjliga)					Norden (snitt 2008)	Norden (snitt 2009)
Vilka slags varor har du köpt på distans det senaste året?						
Kläder/skor	47%	43%	39%	48%	45%	46%
Hemelektronik ³	39%	46%	40%	33%	35%	39%
Böcker	28%	23%	24%	19%	23%	24%
Skivor och/eller film	24%	25%	20%	29%	22%	25%
Heminredning	12%	9%	9%	11%	-	9%
Sport- och fritidsartiklar	9%	11%	11%	5%	7%	5%
Kosmetik, hud- och hårvård	4%	6%	5%	6%	-	4%
Biltillbehör	4%	3%	2%	8%	-	2%
Mat	4%	5%	3%	3%	-	4%
Tidningar och magasin	2%	2%	1%	4%	-	2%

Goda framtidsutsikter

Det ser ljusst ut för den nordiska distanshandeln. De som redan handlar tror att de kommer att handla ännu mer under 2010. Mest positiva är tongångarna hos de danska konsumenterna.

Den nordiska distanshandeln stod emot lågkonjunkturen och fortsatte sin tillväxt under 2009. När de intervjuade tillfrågades om sina planer 2010 var tongångarna positiva. Om man jämför dem som svarar att de tror de kommer att handla mer med dem som tror på minskad egen handel blir nettosiffran positiv, 21 procent på Nordennivå. Mest positiva är danskarna. Där tror närmare hälften att de kommer att öka sin distanshandel. Av svaren att döma ser danskarna alltså ut att förstärka sin tätposition ytterligare.

Pris, bekvämlighet och tillgänglighet lockar

Vilket är då framgångsreceptet bakom distanshandelns starka utveckling i Norden? De tillfrågade ombads välja ut det enskilt viktigaste skälet att distanshandla och resultaten visar med stor tydlighet att konsumenterna har vitt skilda motiv.

Priset är det enskilt vanligaste motivet bakom att handla på distans, vilket lyfts fram av en av fyra av de tillfrågade. Många nordbor lyfter också fram anledningar som på olika sätt relaterar till bekvämlighet (tidsbesparande, handla när man själv vill och bekvämlighet). Ett annat viktigt skäl för att distanshandla berör tillgängligheten, att nå ett större eller bättre utbud som knappt två av tio pekar på.

Det är också intressant att notera skillnaderna mellan länderna. Danskarna är t ex väsentligt mer prismedvetna än sina nordiska grannar.

Kläder och hemelektronik stabilt i topp

Förra årets rapport visade att kläder och hemelektronik är nordbornas favoritvaror att handla på distans. Denna bild förstärks av de nya resultaten. För svenskar, normän och finländare är kläder den varugrupp de helst handlar på distans. I Danmark är kläder knappt slagna av hemelektronik.

Böcker, skivor och film är andra viktiga kategorier inom distanshandeln som lockar många. Bland övriga kategorier kan nämnas att endast fyra procent köper mat. Dagligvaruhandeln väntar fortfarande på sitt genombrott på nätet.

3 Till hemelektronik räknas även datorer, datortillbehör och datorspel in

Kontokort och faktura betalningsfavoriter

Nordborna använder en mängd olika sätt för att betala sina distanshandelsköp. Populärast är kontokort. Till detta bidrar i stor utsträckning danskarna där det inhemska Dankortet har en mycket stark ställning.

Betalningssätt och betalningssäkerhet är områden som är centrala i den moderna distanshandeln. Att erbjuda alternativa betalningssätt är en viktig del för att skapa trygghet i köpprocessen och bli ett attraktivt alternativ för kunderna.

Frågan ställdes därför vilket betalningssätt som kunderna helst vill använda. Det visar sig att preferenserna skiljer sig relativt mycket de nordiska länderna emellan. Svenskarna väljer helst faktura medan danskarna tydligt föredrar kontokortsbetalning. Till detta resultat bidrar i stor utsträckning populariteten för det inhemska Dankortet. I Norge är det relativt jämnt mellan faktura- och kontokortsbetalning. Finländarna å sin sida väljer helst direktbetalning via e-bank. Dessa resultat tydliggör särskilt betydelsen av att erbjuda alternativa betalningssätt för den aktör som opererar på nordisk nivå.

Stor potential i korta leveranstider

Ett annat centralt område i dagens distanshandel är leveranserna. Ständigt kortade leveranstider har blivit en viktig faktor för att kunna konkurrera på en allt mognare marknad med allt fler aktörer. Därför är frågan om hur lång leveranstid kunderna förväntar sig av stort intresse. Resultaten visar att tvärtemot vad man kanske skulle kunna tro så accepterar nordborna att leveranserna tar flera dagar.





Så många som sex av tio säger att de kan acceptera en leveranstid på sju dagar eller mer. Det ligger alltså en stor potential i att överträffa kundernas förväntningar genom att erbjuda kortare leveranstider.

Enklare beställning och mer information efterfrågas





De intervjuade har även ombetts att ge råd till e-handelsföretag om vilka åtgärder som skulle göra e-handeln mer attraktiv. Två områden står ut relativt tydligt. Det första är enklare beställningar som en av tre lyfter fram. Näst störst är förbättringspotentialen för information och bilder på e-handelssajten. De tillfrågade önskar mer av detta.

Mindre viktigt är lägre priser och enklare hämtning och returhantering. Det samma gäller förbättrad betalningssäkerhet. Den slutsats som resultaten leder till är att det e-handelsföretag som vill lyckas mot nordiska kunder ska lägga stort fokus vid ständig förbättring av funktionalitet och information på den egna sajten.





Tabell 7 – Föredragna betalningssätt

Bas: Har distanshandlat under det senaste året (NY)					Norden (snitt 2009)
<i>Vilket av följande sätt vill du helst använda när du ska betala för en vara som du har köpt på distans?</i>					
Faktura (i efterskott)	41%	8%	30%	32%	30%
Med kontokort (t ex Visa/Dankort)	24%	66%	33%	13%	32%
Direktbetalning genom min bank	22%	22%	20%	37%	25%
Postförskott	11%	4%	16%	17%	12%
Delbetalning	1%	0%	0%	3%	1%
Annat	0%	0%	1%	0%	0%
Tveksam, vet ej	1%	1%	1%	0%	1%





Tabell 8 – Förväntningar på beställningstid

Bas: Har distanshandlat under det senaste året (NY)					Norden (snitt 2009)
<i>När du beställer en vara på distans, vilka förväntningar har du på leveranstiden, dvs. hur många dagar får det maximalt ta att få varan?</i>					
En dag	1%	1%	0%	0%	1%
Två dagar	5%	9%	2%	4%	5%
Tre dagar	14%	18%	7%	4%	11%
Fyra dagar	7%	10%	7%	2%	7%
Fem dagar	13%	9%	8%	4%	9%
Sex dagar	1%	1%	1%	3%	1%
Sju dagar	36%	30%	39%	45%	37%
Åtta dagar eller fler	18%	16%	29%	33%	23%
Tveksam, vet ej	5%	5%	6%	4%	5%





Tabell 9 – Råd till e-handelsföretag

Bas: Har e-handlat under senaste året (Flera svar möjliga) (NY)					Norden (snitt 2009)
<i>Vilka råd vill du ge till e-handelsföretag för att det ska bli attraktivare för dig att handla via internet?</i>					
Enklare beställning	38%	30%	26%	28%	32%
Mer information/ bilder	28%	28%	30%	22%	27%
Bättre betalningssäkerhet	15%	14%	13%	5%	12%
Enklare hämtning och returhantering	7%	13%	8%	12%	10%
Lägre priser	9%	7%	9%	18%	10%
Kortare leveranstider	13%	8%	10%	9%	10%
Annat	11%	12%	11%	10%	11%
Tveksam, vet ej	38%	31%	44%	31%	36%

Tabell 10 – Steg som tas inför köp på internet

Bas: Har e-handlat under det senaste året					Norden (snitt 2008)	Norden (snitt 2009)
När du ska köpa en vara via internet, hur ofta händer det att du först...						
(Svar: Alltid + Mycket ofta + Ganska ofta)						
a) ... du först använder en sökmotor t ex Google (NY)	65%	81%	69%	70%	-	70%
b) ... skaffar en överblick genom att titta på priser på jämförelsesajter?	54%	67%	45%	48%	53%	54%
c) ... tittar på varan i postorderkatalog eller motsvarande?	41%	39%	53%	64%	41%	45%
d) ... läser andra konsumenters omdömen på en internetsajt?	48%	43%	49%	39%	38%	48%
e) ... du först använder sociala medier (bloggar, communities, forum, videosajter och fotosajter?) (NY)	18%	15%	24%	35%	-	22%
f) ... tittar på och/ eller provar varan i en vanlig butik?	19%	26%	13%	14%	16%	18%

Tabell 11- Främsta fördelar med att använda kataloger vid internetköp

Bas: Använder kataloger vid internetköp (fler svar möjliga)					Norden (snitt 2008)	Norden (snitt 2009)
Vilka är de största fördelarna med att använda en katalog i samband med att du handlar på internet?						
Bättre överblick/ lättare bläddra	37%	34%	34%	25%	39%	33%
Kan läsa var jag vill	17%	13%	13%	28%	21%	18%
Mer information	12%	17%	23%	21%	19%	17%
Fler och bättre bilder	15%	16%	19%	12%	19%	15%
Kan söka information i lugn och ro	14%	9%	16%	16%	19%	14%
Lätt ha med sig	5%	6%	9%	8%	6%	7%
Kan göra anteckningar	5%	4%	2%	5%	7%	4%
Tveksam, vet ej	26%	28%	20%	4%	19%	21%

Många steg i e-köpet

Köpen på nätet innebär en sofistikerad process som sker i flera steg och innebär olika former av informationsinhämtning. Vanligast är att använda en sökmotor men många använder också jämförelsesajter eller kataloger för att stödja och underlätta köpet.

Sedan tidigare vet vi att inköpsprocessen på nätet är sofistikerad och sker i flera steg. Många använder jämförelsesajter för att stödja köpet på nätet liksom de läser andra konsumenters omdömen.

Nytt för i år är att det även ställts frågor om googling och sociala medier. Det visar sig att omkring sju av tio använder någon form av sökmotor, till exempel Google, för att finna intressanta e-handelsföretag. Det gör denna form av informationssök till det allra vanligaste steget inför köpet på nätet. Användningen av sökmotorer är vanligast i Danmark där åtta av tio googlar inför köpet.

Danskar mest aktiva

Mer än hälften av de nordbor som e-handlar använder också jämförelsesajter. I Danmark använder två av tre denna informationskälla. Resultatet understryker de tidigare presenterade slutsatserna. De danska distanshandels- och e-handelskonsumenterna är de mest frekventa när det gäller inköp av varor på distans. Deras höga aktivitet inför själva köpet kan därför tolkas som att de har en högre mognad än sina grannar när det gäller e-handel.

Sociala medier håller också på att få en allt viktigare roll inom e-handeln. Drygt två av tio använder dem inför köpet. Vanligast är det i Finland där drygt var tredje använder sociala medier inför köpet.

Kataloger har fortfarande en viktig roll

I den traditionella distanshandeln hade kataloger en central roll. Här exponerades utbudet och genom dem gjordes beställningarna via svarstalonger.

Även i den moderna distanshandeln fortsätter kataloger att spela en viktig roll. Nästan hälften av de tillfrågade använder också kataloger för att stödja köpet på nätet. Vanligast är det i Finland.

Katalogerna har många fördelar, menar de intervjuade. De ger bättre överblick, de innehåller mer information och de ger en möjlighet att söka information när man själv vill.

Mobil e-handel i startgroparna

Ytterst få e-handelskonsumenter har ännu använt mobiltelefonen att e-handla med. Ändå tror många branschbedömare att den inom några få år kommer att spela en viktig roll för e-handeln. Var femte konsument skulle också redan idag kunna tänka sig att använda mobiltelefonen för att handla varor på nätet.

För några få år sedan var e-handel via mobiltelefonen fortfarande något avlägset. Mycket få av de tillfrågade, endast tre procent, har ännu handlat varor via mobiltelefonen men desto fler säger sig vara intresserade framöver.

I takt med att en ny generation mobiltelefoner har nått marknaden, så kallade smart phones, håller detta på att förändras i snabb takt. Allt fler e-handelsföretag i Norden anpassar därför sina sajter för mobilerna. Flera utvecklar också särskilda applikationer som är anpassade för dessa telefoner.

Initierade branschbedömare menar att denna utveckling kommer att fortsätta och förstärkas under de närmaste åren. En av dessa⁴ hävdar att år 2020 kommer mobiltelefonen att vara vårt främsta sätt att nå ut på internet.

Finländarna mest positiva till mobil e-handel





En av fem nordbor som e-handlar är positiva till att redan idag e-handla från sin mobiltelefon. Mest positiva är finländarna där var tredje kan tänka sig att göra det. En möjlig förklaring kan vara den påverkan som den inhemska mobiltillverkaren Nokia har på den egna befolkningens inställning till utvecklingen inom mobiltelefoni.

Vanan att handla via datorn bromsar





Bland dem som inte kan tänka sig att e-handla via sin mobil har frågan ställts vad skälen är för detta. Det vanligaste är att man anser att det är enklare att handla via datorn. Detta svar hänger också samman med att många anser att skärmen på mobiltelefonen är för liten. Drygt en av tio anser att säkerheten är för dålig.

Det går att dra ett flertal slutsatser av svaren. Ett är att mobil e-handel handlar om vana och att den nödvändiga tekniken inte ännu är tillräckligt utbredd. Men det kan lika mycket handla om att e-handelsföretagen måste göra nödvändiga anpassningar av sajter och betalningslösningar för att det ska bli både säkert och attraktivt att handla via mobilen.





Tabell 12: Andel som e-handlat via mobiltelefonen

Bas: Har e-handlat under det senaste året (NY)					Norden (snitt 2009)
<i>Har du någon gång under de senaste tolv månaderna använt mobiltelefonen för att handla på internet?</i>					
Ja	2%	4%	4%	3%	3%
Nej	97%	96%	96%	97%	97%
Vet ej	1%	-	-	-	-

Tabell 13: Andel som kan tänka sig att e-handla via mobiltelefonen





Bas: Har e-handlat under det gångna året, men ej via mobiltelefon (NY)					Norden (snitt 2009)
<i>Skulle du kunna tänka dig att använda mobiltelefonen när du handlar varor på internet?</i>					
Ja	19%	20%	13%	32%	21%
Nej	77%	78%	82%	68%	76%
Vet ej	4%	1%	5%	0%	3%

Tabell 14: Skäl för varför man inte e-handlar med mobiltelefonen

Bas: Har e-handlat under det gångna året, men ej via mobiltelefon (NY)					Norden (snitt 2009)
<i>Vad är det som gör att du inte kan tänka dig att handla varor på internet via din mobiltelefon?</i>					
Lättare att handla via datorn	30%	34%	42%	38%	35%
För liten skärm	19%	17%	30%	20%	21%
Vet inte hur man gör	10%	15%	6%	12%	11%
För dålig säkerhet	17%	8%	7%	10%	12%
För låg/dålig uppkopplingshastighet	6%	3%	10%	23%	10%
Har inte tillgång till internet i min mobil	8%	14%	5%	11%	9%
Dyrt/ Högt pris	4%	3%	15%	0%	4%
Visste inte att man kunde göra det	3%	2%	2%	6%	3%
Mobilabonnemanget ägs av min arbetsgivare	3%	3%	3%	5%	3%
Företagen erbjuder inte möjligheten att använda mobilen vid internetköp	2%	1%	3%	3%	2%
Inget behov	-	9%	1%	0%	2%
Annat svar	10%	3%	13%	8%	9%
Tveksam, Vet ej	7%	8%	10%	4%	7%





4 Errol Denger, IBM (E-handelstrender no 10/11 2010).

Tabell 15: Andel som distanshandlat från utlandet





Bas: Har e-handlat under det senaste året (Andel som distanshandlat överhuvud taget inom parentes)					Norden (snitt 2008)	Norden (snitt 2009)
<i>Ungefär hur ofta handlar du varor på internet från utlandet?</i>						
Varje månad eller oftare	3% (22%)	10% (37%)	12% (25%)	2% (8%)	6% (23%)	6% (23%)
Har e-handlat från utlandet någon gång	40% (76%)	59% (77%)	60% (70%)	51% (69%)	48% (68%)	48% (74%)

(Utländsk sajt har vid intervjuerna förklarats som " sajter på annat språk än SVE/ DK/ NOR/ FIN och/eller där du vet att företaget du handlar från finns utanför landet".)

Tabeller 16: Vanligaste länderna att e-handla från

Bas: E-handlat från utlandet senaste året (fler svar möjliga)					Norden (snitt 2009)
<i>Från vilka länder har du handlat varor på internet från utlandet?</i>					
USA	66%	48%	48%	43%	54%
Storbritannien	46%	66%	47%	38%	49%
Tyskland	34%	40%	11%	36%	31%
Sverige	-	19%	15%	31%	14%
Danmark	8%	-	18%	1%	7%
Kina	8%	5%	4%	7%	6%
Holland	2%	4%	3%	18%	6%
Övriga Asien	9%	3%	6%	0%	5%
Frankrike	4%	8%	7%	1%	5%
Övriga Europa	4%	6%	3%	5%	4%
Norge	2%	5%	-	0%	2%
Spanien	1%	2%	1%	-	1%
Finland	1%	0%	0%	-	0%

Tabell 17: Vanligaste varorna att handla från utlandet

Bas: E-handlat från utlandet senaste året (fler svar möjliga)					Norden (snitt 2009)
<i>Vilka slags varor har du köpt på distans det senaste året?</i>					
Hemelektronik	28%	32%	33%	35%	31%
Kläder/skor	27%	31%	36%	34%	31%
Skivor och film	12%	22%	28%	20%	19%
Böcker	16%	19%	26%	19%	19%
Sport- och fritidsartiklar	14%	10%	10%	8%	11%
Annat	13%	9%	9%	5%	10%
Biltillbehör	7%	4%	9%	18%	9%
Kosmetik, hud- och hårvård	3%	6%	18%	2%	6%

Utbredd handel från utlandet

En viktig del av den nordiska e-handeln är handeln från utlandet. Danskar och norrmän är de som oftast handlar från utländska sajter. Svenskar gör det i minst utsträckning.

Som tidigare beskrivits är en av e-handelns stora fördelar att den ger tillgång till ett obegränsat utbud, oavsett var konsumenten är bosatt. Det är också en viktig förklaring till den relativt omfattande handeln även från utländska sajter.

Var tionde dansk och norrmän som beställer varor från nätet gör det varje månad från ett företag som ligger utanför deras eget lands gränser. Sex av tio har gjort det någon gång.

I Sverige och Finland är andelarna lägre, särskilt i Sverige. Där svarar drygt fyra av tio som e-handlar att de någon gång har köpt varor från utländska sajter. Bland finländarna är det hälften som någon gång har köpt varor utanför landets gränser.

USA, Storbritannien och Tyskland i topp

De vanligaste länderna att e-handla från för nordbor är USA, Storbritannien och Tyskland. Svenskarna, norrmännen och finländarna handlar oftast från USA medan danskarna har Storbritannien som sin främsta marknad.

Även den inomnordiska handeln är relativt utbredd och då framförallt handel från svenska e-handelsföretag. Nästan var tredje finländare som e-handlar från utlandet, har köpt varor från Sverige, liksom 19 procent av danskarna och 15 procent av norrmännen.

Den övriga inomnordiska e-handeln gäller framför allt norrmän som handlat från danska sajter. Nästan två av tio norrmän som e-handlar från utlandet har gjort det.

Kläder och hemelektronik vanligast att köpa

Precis som för den inhemska e-handeln är kläder och hemelektronik de vanligaste varorna att köpa från utlandet. Därefter kommer skivor och film. Här utmärker sig de norska konsumenterna. Nästan tre av tio norrmän som handlat från utlandet har köpt skivor och/eller film. Norrmännen är även starkt överrepresenterade bland kosmetikköparna medan finländarna är det bland köpare av biltillbehör.

Priset lockar vid utlandsköp

Det klart främsta skälet för att handla från utlandet är för att det är billigare. Över hälften av de nordiska e-handelskonsumenter som handlar från utlandet lyfter fram detta skäl. Det främsta skälet för att inte handla från utlandet är att det ännu inte blivit av.

Den utan jämförelse viktigaste anledningen för att handla från utlandet är lägre pris. Särskilt för norrmän och danskar är detta tydligt. Sex av tio danskar pekar ut priset som en anledning för att e-handla utanför landets gränser. I Norge är andelen ännu något högre, 65 procent.

I Sverige är andelen relativt sett lägre än i de två grannländerna. En möjlig orsak till denna skillnad kan vara att den svenska kronan var relativt svag under stora delar av 2009. Svenskarna tycks också vara något överrepresenterade bland dem som söker sig utomlands för att nå ett större eller bättre utbud.

Gränslöshet ett av e-handelns ansikten

Intressant att notera är också att det finns en grupp som e-handlar helt gränslöst. De söker det lägsta priset, oavsett vilken marknad varorna finns på. Denna grupp utgör åtta procent av dem som handlar från utlandet. Gruppen representerar vad som ibland beskrivs som själva essensen med distanshandel – att få tillgång till hela världens utbud hemma i bostaden.





Ett annat intressant resultat är att finländarna är överrepresenterade bland dem som tycker att det är enklare med prisjämförelser vid utlandsköp. Detta skulle kunna tolkas som att den inhemska marknaden fortfarande kan utvecklas när det gäller att göra pris- och produktjämförelser mer transparenta och tydliga.

Språk begränsat problem





Språkbarriärer lyfts ibland fram som hinder för e-handel. Bland de e-handelskonsumenter som inte handlar från utlandet är det dock få som lyfter fram detta skäl. Enbart fyra procent anger att språksvårigheter får dem att avstå från att handla på nätet från utlandet.

Däremot avstår en av tio att e-handla från utlandet då de anser att risken att bli lurad är för stor. Särskilt finländare anger detta som skäl, vilket skulle kunna förklaras med att de finska e-handelskonsumenterna generellt har en lägre mognadsgrad.

Tabell 18: Skäl för att e-handla från utlandet

Bas: E-handlat från utlandet senaste året (fler svar möjliga)					Norden (snitt 2009)
Varför väljer du att handla varor på internet från utlandet?					
Billigare än egna landets sajter	47%	61%	65%	46%	53%
Vad jag söker finns inte på egna landets sajter	33%	32%	27%	37%	33%
Större eller bättre utbud	36%	28%	32%	28%	32%
Det är tidsbesparande	4%	2%	1%	2%	3%
Jag handlar där det är billigast	5%	5%	1%	21%	8%
Lättare att jämföra priser	-	1%	-	11%	3%
Det är bekvämare	2%	5%	0%	1%	2%
Jag kan handla när det passar mig	0%	3%	0%	2%	1%
Tycker det är spännande	0%	2%	3%	-	1%
Annat svar	3%	5%	3%	-	4%
Tveksam, vet ej	0%	0%	2%	-	0%

Tabell 19: Skäl till att inte e-handla från utlandet

Bas: E-handlat m senaste året men ej från utlandet (fler svar möjliga)					Norden (snitt 2009)
Varför köper du inte varor från utlandet?					
Inte blivit av/ ej behov	46%	38%	37%	39%	41%
Betalningssäkerheten	10%	12%	16%	39%	18%
Det jag behöver finns på egna landets sajter	15%	16%	18%	10%	15%
Risken att bli lurad är för stor	8%	8%	5%	19%	10%
Jag litar inte på att varorna kommer fram	5%	9%	6%	14%	8%
Moms och tull gör det besvärligt	4%	6%	7%	2%	5%
Annat skäl	8%	3%	6%	3%	5%
Det är krångligt med språkskillnader	5%	6%	2%	2%	4%
Priserna är högre	3%	1%	1%	0%	2%
Tveksam/ vet ej	8%	8%	14%	2%	8%

Bilaga 1 – frågeformulär

1. När du handlar på distans, vilket beställningssätt använder du då oftast?
2. Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via internet, postorderkatalog, beställningstalong, telefon eller TV?
3. 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?
4. Vilken av följande är den enskilt viktigaste anledningen för dig att handla varor på distans istället för i butik?
5. Vilka slags varor har du köpt på distans under det senaste året?
6. Vilket av följande sätt vill du helst använda när du ska betala för en vara som du köpt på distans?
7. När du beställer en vara på distans, vilka förväntningar har du på leveranstiden, dvs. hur många dagar får det maximalt ta att få varan?
8. Vilka råd vill du ge till e-handelsföretag för att det ska bli attraktivare för dig att handla via internet?
9. När du ska köpa en vara via internet, hur ofta händer det att du först...
 - a. använder en sökmotor, t ex Google
 - b. skaffar en överblick genom att titta på prisjämförelsesajter?
 - c. läser andra konsumenters omdömen på en internetsajt?
 - d. tittar på varan i postorderkatalog eller motsvarande?
 - e. tittar på och/eller provar varan i en vanlig butik?
 - f. du först använder sociala medier (bloggar, communities, forum, videosajter och fotosajter)
10. Vilka är de största fördelarna med att använda en katalog i samband med att du handlar på internet?
11. Har du någon gång under de senaste 12 månaderna använt mobiltelefonen för att handla på internet?
12. Skulle du kunna tänka dig att använda mobiltelefonen när du handlar varor på internet?
13. Vad är det som gör att du inte kan tänka dig att handla varor på internet via din mobiltelefon?
14. Ungefär hur ofta handlar du varor på internet från utlandet? (Med utlandet menar vi sajter på annat språk än svenska och/eller där du vet att företaget finns utanför Sverige)
15. Från vilka länder har du handlat varor på internet från utlandet?
16. Varför väljer du att handla varor på internet från utlandet?
17. Varför handlar du inte från utlandet?

Bilaga 2 – beräkningsmetod, marknadsstorlek mm

- Utgångspunkter:
 - 64 procent av alla svenskar över 15 år distanshandlade under år 2009⁵. Det motsvarar fem miljoner svenskar⁶.
 - Den svenska detaljhandeln omsatte totalt 594 miljarder SEK år 2009⁷. Av den totala omsättningen stod distanshandeln för 28,1 miljarder SEK⁸, motsvarande 4,7 procent.
 - Detta förhållande ligger till grund för beräkningen av totalmarknadens storlek för respektive land (dvs. antagandet är att distanshandeln står för 4,7 procent av den totala detaljhandeln i varje land, multiplicerat med andelen som distanshandlar, dividerat med andelen som distanshandlar i Sverige för att få fram en faktor som tar hänsyn till om fler eller färre handlar än i Sverige.)
- Det ger följande uträkning. Observera att resultaten är avrundade:

1 euro = 10,62 kronor (medelkurs 09)	Sverige	Norge	Danmark	Finland
Total detaljhandel 2009 (SEK)	594 miljarder SEK	515 miljarder SEK	469 miljarder SEK	382 miljarder SEK
Andel av befolkningen som distanshandlar	64 procent	59 procent	71 procent	54 procent
Distanshandelns andel av total detaljhandel	4,7 procent	$(59/64 \times 4,7)$ = 4,4 procent	$(71/64 \times 4,7)$ = 5,2 procent	$(54/64 \times 4,7)$ = 4,0 procent
Total distanshandel 2009 (SEK)	28,1 miljarder	$(515 \times 0,044)$ = 22,5 miljarder	$(469 \times 0,052)$ = 24,6 miljarder	$(382 \times 0,04)$ = 15,2 miljarder
Antal personer 15 år+ (2009) ⁹	7,8 miljoner	3,9 miljoner	4,5 miljoner	4,5 miljoner
Antal personer 15 år+ (2009) som distanshandlar	$(7,8 \text{ miljoner} \times 0,64)$ = 5,0 miljoner	$(3,9 \text{ miljoner} \times 0,59)$ = 2,3 miljoner	$(4,5 \text{ miljoner} \times 0,71)$ = 3,2 miljoner	$(4,5 \text{ miljoner} \times 0,54)$ = 2,4 miljoner
Totalt genomsnittsköp 2009 (SEK) ¹⁰	5 629 SEK	9 658 SEK	7 753 SEK	6 328 SEK
Total nordisk distanshandel 2009 (SEK)	90,4 miljarder SEK			

Om jämförelser med förra årets rapport

Under 2009 genomfördes en revidering av den svenska detaljhandelsstatistiken för 2008 av svenska Statistiska Centralbyrån. Till följd av detta kan inte omsättningssiffrorna på nordisk nivå i absoluta tal från förra årets rapport jämföras med årets. Däremot stämmer den procentuella utvecklingen. Orsakerna till revideringen har bland annat varit en omorganisation inom apotekshandeln som inneburit en sänkning av detaljhandelns totala omsättning för 2008.

5 Distanshandeln i Norden 2010
 6 Svenska Statistiska Centralbyrån.
 7 Handelns Utredningsinstitut i Sverige.
 8 Ibid.
 9 Statistiska Centralbyrån i respektive land
 10 Total distanshandel/ antal som distanshandlar

