

Ny Klarnarapport visar: Så handlar svenskarna på nätet - och här bor Sveriges mest digitala konsumenter

[Stockholm, 30 augusti] Danderyd-borna gör de dyraste onlineköpen i landet, medan Timrå-borna ökar sina onlineköp snabbast i Sverige. De mest digitala konsumenterna bor dock i Jämtland [och Norrbotten], sett till hur mycket det handlas online per invånare. Det är några av slutsatserna i Klarnas nya e-handelsrapport "Svenskarnas shoppingvanor på nätet", som utgår från både faktiskt försäljning och en kundundersökning. Rapporten visar också att "56-plusarna" är den snabbast växande åldersgruppen på nätet i Sverige, att kvinnor gör fler köp och spenderar mer pengar online än män trots att männen har ett högre snittordervärde, och att söndagar är den mest populära dagen för onlineshopping - flest köp under hela veckan görs mellan klockan 21 och 22 på söndagskvällen.

Klarna har via unik statistik från sina betalningslösningar* och en nyligen genomförd undersökning** bland konsumenter sammanställt och analyserat svenskarnas shoppingvanor på nätet. Slutsatserna presenteras på en interaktiv hemsida (<https://klarnashoppingreport.com>) och visar både likheter och skillnader mellan e-handeln i landets olika län och kommuner. Genom undersökningen framkommer även vilka drivkrafter som finns bakom onlineshoppingen.

Shoppingen på nätet växer snabbast i Timrå, samt i Gävleborgs län - medan stockholmarna och norrbottningarna gör de dyraste köpen

Näthandeln fortsätter att växa i Sverige, med allt fler handlare och ett allt större utbud av produkter från hela världen. Nya innovativa lösningar ger ett brett urval av smidiga betalnings- och leveransalternativ, som gör shoppingen på nätet allt mer attraktivt för konsumenter.

Statistik från Klarnas betalningslösningar visar att ökningen under det första halvåret 2019 var som allra störst i Gävleborgs, Kronobergs och Stockholms län, samt att västernorrländska Timrå var den snabbast växande enskilda kommunen med en ökning som är dubbelt så snabb jämfört med genomsnittet i landet.***

- Grattis Timrå! Hos er ökar shoppingen på nätet dubbelt så snabbt jämfört med resten av landet, och det gör er till den snabbast växande kommunen inom e-handel i landet. Era invånare använder dessutom mobiltelefoner i betydligt större utsträckning än övriga Sverige. Det är spännande att se hur snabbt digital teknik kan förändra konsumtionsmönster, och Timrå-borna visar resten av Sverige hur fort det kan gå, säger Viveka Söderbäck.

Även om tillväxten var som allra störst i Gävleborgs län så är det stockholmarna och norrbottningarna som har det högsta snittordervärdet i landet. Allra högst snittordervärde bland landets kommuner hade Danderyd i Stockholms län, vars invånare i högst utsträckning av alla också använder datorer när de handlar på nätet.

- När det kommer till snittordervärde online är det högst i Stockholms och Norrbottens län, och på kommunnivå leder Danderyd. Vi kan även konstatera att Danderydsborna använder datorer i högre utsträckning jämfört med övriga kommuner i Sverige. Huruvida detta har ett samband med våra upptäckter om svenskarnas shoppingvanor under arbetstid, där en högre andel köp görs på datorer,

eller om det bara handlar om att dessa konsumenter i större utsträckning har tillgång till dator i hemmet, alternativt gör fler enskilt dyra köp, låter jag vara osagt, säger Viveka Söderbäck.

Sveriges mest digitala konsumenter bor i Jämtland och Norrbotten

Klarna har jämfört statistiken från sina betalningslösningar med befolkningen i landets län och kommuner, och kan då konstatera att de län där invånarna shoppar mest online är Jämtland och Norrbotten. Samtidigt som invånarna i de båda länen handlar 20 procent mer online än invånarna i resten av landet är ökningen jämfört med samma period förra året lägre än rikssnittet.

*- Jämtlands och Norrbottens län ligger under rikssnittet för tillväxt, men toppar listan över shopping per capita och handlar ungefär 20 procent mer på nätet än den genomsnittliga svenska konsumenten. Detta visar framförallt att nätshopping inte är någonting nytt för jämtarna och norrbottningarna, som sedan länge har shoppat mest på nätet i Sverige, säger **Viveka Söderbäck**.*

Stockholms län, som har landets tredje mest digitala konsumenter, har däremot en tillväxt som är högre än rikssnittet.

*- Stockholmarna knappar in på jämt- och norrbottningarna, men det är fortfarande en bra bit kvar innan de kommer ikapp. Att e-handeln fortsätter växa snabbare än rikssnittet i butikstäta Stockholm, trots att många sedan tidigare handlar mycket online, har troligtvis en stor del av sin förklaring i tidsbesparingen som onlineköp erbjuder. Det ökande utbudet av flexibla leveransalternativ, med ett stort antal ombud och snabba hemleveranser i Stockholmsområdet, gör det enklare för konsumenter att få vardagspusslet att gå ihop även när tempot i storstaden är högt, säger **Viveka Söderbäck**.*

“56-plusarna” är den snabbast växande åldersgruppen på nätet

Statistiken från Klarnas betalningslösningar visar att kvinnor gör fler köp (66 procent av totalen) och spenderar mer pengar (67 procent av totalen) online än män, men att män har ett högre snittordervärde (+22 procent). Den köpstarka åldersgruppen 36-55 år spenderar mest pengar online (45 procent av totalen) även om en majoritet av 18-35-åringarna (som står för 39 procent av totalen) hellre bara skulle shoppa online än i fysisk butik om de var tvungna att välja. Och även om “56-plusarna”, spenderar mindre pengar (16 procent av totalen) och föredrar fysiska butiker över nätet om de måste välja, så är de den snabbast växande åldersgruppen på nätet.

*- Shoppingen på nätet domineras av kvinnor, som shoppar oftare och spenderar mer pengar online än män, samt den köpstarka åldersgruppen 36-55 år. Hälften av Sveriges 18-35-åringar skulle hellre bara shoppa online än i fysisk butik om de var tvungna att välja, samtidigt som konsumenter äldre än 55 år är den snabbast växande åldersgruppen på nätet. 56-plusarna föredrar att shoppa i fysiska butiker och upplever i högre utsträckning än unga att de hellre shoppar det de behöver så snart som möjligt än att göra noggrann research. Med tanke på att snabba hemleveranser blir allt vanligare kan man tänka sig att allt fler framöver, i synnerhet i tätbefolkade områden, kommer föredra att bespara sig en resa till köpcentrumet och i stället klicka hem det de behöver direkt där de befinner sig. Räkna med att “silversurfarna” fortsätter ta för sig på nätet framöver, säger **Viveka Söderbäck**.*

Mobiltelefoner används vid de flesta köpen online - men datorer till de dyraste köpen

Statistik från Klarnas betalningslösningar visar att de flesta köpen idag görs från mobiltelefoner (52 procent av totalen) och mindre än hälften från datorer (41 procent) och surfplattor (7 procent), men samtidigt visar Klarnas undersökning bland konsumenter att fler föredrar att handla från datorer (48 procent) framför mobiltelefoner (36 procent) och surfplattor (13 procent). Drivkrafterna bakom att handla med mobiltelefon är framförallt att det går snabbare (29 procent), är enklare (25 procent), att det går att shoppa när som helst (25 procent) och var som helst (17 procent). Möjligheten att få bättre översikt och kunna läsa villkoren noga (60 procent) är den främsta drivkraften för att handla med dator. Att olika typer av enheter används för olika typer av köp blir också tydligt när statistiken från Klarnas olika varukategorier jämförs, som visar att snittordervärdet är 33 procent högre för köp från datorer jämfört med mobiler och surfplattor.

*- Idag görs de allra flesta köpen online med mobiltelefon, men det betyder inte att majoriteten av konsumenterna alltid föredrar mobilen framför datorn. Mobilen är konsumentens främsta verktyg när det kommer till vardagsprodukter, medan datorn plockas fram när det är dags för mer grundlig research. Ett typexempel på detta är att mobiler används mest vid köp av barnprodukter, och datorer vid köp av elektronik. Det är inte svårt att föreställa sig en stressad småbarnsförälder förenkla vardagslivet med snabba onlineköp på mobiltelefonen, samtidigt som en konsument på jakt efter ett nytt kylskåp knappast spontanshoppa på bussen, säger **Viveka Söderbäck**.*

Söndagskvällarna är den mest populära tiden att shoppa

Undersökning visar att svenska konsumenter upplever att de oftast shoppa på nätet under veckodagarna (61 procent) respektive helgerna (39 procent). Samtidigt visar Klarnas egen statistik att det handlas betydligt mindre online under lördagarna jämfört med söndagarna, vilket tyder på att många konsumenter kan föredra fysiska butiker under lördagarna för att göra research och sedan avsluta köpen online mot slutet av helgen. Söndagarna är den mest populära dagen att handla på under hela veckan, och de allra flesta köpen görs mellan klockan 21 och 22 på söndagskvällen.

*- Det blir allt vanligare att konsumenter både besöker fysiska butiker och ser sig om på nätet innan de bestämmer sig för vad de ska köpa, och det här mönstret blir extra tydligt under helgerna. Försäljningen online störtdyker mot slutet av arbetsveckan för att därefter skjuta i höjden på söndagarna. Många väntar med att bestämma sig för att ta tid till att noga utvärdera alternativen och sedan slutföra köpen i lugn och ro hemma på söndagskvällen, speciellt mellan klockan 21 och 22 som är den mest populära tidpunkten att handla på. Det visar hur viktigt det är för handlare att möjliggöra en sömlös övergång mellan online och fysisk butik för att erbjuda en personlig shoppingupplevelse och finnas tillgängliga både när konsumenter vill göra research, söka inspiration eller handla, säger **Viveka Söderbäck**.*

Om du vill veta mer om hur olika svenska kundgrupper handlar på nätet och vad som skiljer shoppingvanorna mellan olika kommuner och län i landet kan du utforska detta och ytterligare data för att göra egna upptäckter om svenskarnas shoppingvanor på nätet. Hela rapporten finns på <https://klarnashoppingreport.com>.

Fakta ur rapporten:

Här växer e-handeln som snabbast i Sverige*:**

Landsgenomsnitt = Index 100

Län

- Gävleborgs län - 104

- Kronobergs län - 104
- Stockholms län - 103
- Region Skåne - 101
- Gotlands län - 100

Kommun

- Timrå - 174
- Ljusdal - 164
- Sävsjö - 155
- Uppvidinge - 154
- Osby - 149

Här bor landets mest digitala konsumenter:

Landsgenomsnitt = Index 100

Län

- Jämtlands län - 122
- Norrbottens län - 119
- Stockholms län - 109
- Uppsala län - 105
- Dalarnas län - 104

Kommun

- Sorsele - 210
- Arjeplog - 202
- Berg - 199
- Storfors - 194
- Boxholm - 191

Här är snittordervärdet högst:

Landsgenomsnitt = Index 100

Län

- Norrbottens län - 110
- Stockholms län - 110
- Gotlands län - 109
- Jämtlands län - 107
- Västerbottens län - 104

Kommun

- Danderyd - 143
- Lidingö - 130
- Arjeplog - 128
- Nacka - 123
- Åre - 122

Besök den interaktiva rapporten på Klarnas hemsida: <https://klarnashoppingreport.com>

* Statistik från Klarnas betalningslösningar från första halvåret (jan-jun) 2019

** 1005 svenskar deltog i Klarnas undersökning som utfördes i maj 2019

*** Fullständig lista över landets län och kommuner finns tillgänglig på hemsidan

För mer information

Magnus Törnblom

Presschef

magnus.tornblom@klarna.com / press@klarna.com

+46 70 266 27 12

Om Klarna

Klarna är en av världens ledande betalningsleverantörer och en fullt licensierad bank, som vill revolutionera betalningar och banktjänster, och skapa smidigast möjliga shoppingupplevelse för både konsumenter och handlare. Företaget grundades i Stockholm 2005, och är med en nuvarande värdering på 53 miljarder kronor Europas högst värderade privata fintechbolag, och ett av de högst värderade privata fintechbolagen i världen. Klarna erbjuder konsumenter möjligheten att betala nu, betala senare eller dela upp betalningen över tid, vilket ger en enkel, säker och smidig köpupplevelse överallt. Klarna har idag 170 000 anslutna handlare, 2 500 anställda och är verksamt i 16 länder. Bland Klarnas handlare finns varumärken som H&M, Adidas, IKEA, Expedia Group, ASOS, Michael Kors, Nike, Superdry, Sephora, Samsung, Zara, Boozt, Sonos och Daniel Wellington, som genom Klarnas innovativa shoppingupplevelse erbjuder tjänster som sträcker sig bortom betalningar, och ger konsumenterna möjlighet att ta kontroll över sina personliga ekonomi. För mer information, besök klarna.com.