

Hemestrände svenskar ger nya försäljningsrekord för e-handeln

Stockholm, 20 juli - Färsk statistik från Klarna* visar att näthandeln blomstrar när många svenskar väljer att "hemestra". Totalt sett har den svenska försäljningen av hem och trädgårdsprodukter ökat med 47% under juni månad jämfört med fjolåret. Emilie Arvidsson, digitalt ansvarig på Bolist och Järnia, berättar att försäljningen av produkter inom trädgård och utemiljö på nätet aldrig har gått bättre.

- Den tydligaste trenden vi har sett är att människor tenderar till att vilja umgås och vara mer ute i trädgården och fixa och dona, vilket också speglar sig i de varukategorier vi har sålt mest av under våren och början av denna sommar. Under maj månad ökade försäljningen hela 200 % i jämförelse med föregående år på Bolist.se, vilket är otroligt roligt, och även juni har fortsatt långt över förväntan, säger **Emilie Arvidsson, Digitalt ansvarig på Bolist och Järnia**.

"Som vanligt under semestertider är det många som drar igång fixarprojekt"

Det är framför allt produkter inom trädgård och utemiljö som har varit extra populära under våren hos Bolist och de hoppas på fortsatt ökat intresse under sommaren när många svenskar sätter igång mindre och större projekt.

- Som vanligt under semestertider är det många som drar igång fixarprojekt, vilket innefattar alltifrån mindre projekt till ommålning av huset eller till altanbyggen. Vi har sålt bra från samtliga kategorier men produkter inom trädgård och utemiljö, såsom trädgårdsmaskiner, trädgårdsprodukter, växthus och maskinverktyg stack ut under våren, säger **Emilie Arvidsson**.

Tydlig trend med att allt fler äldre hittar till onlinehandeln

Klarnas statistik visar att de som är 56 år eller äldre har ökat sin andel av näthandeln inom varukategorin hem och trädgård med 9% under de senaste fem åren, och står nu för mer än en fjärdedel (26%) av alla köp. Men allra mest handlar de som är mellan 36 och 55 år gamla, som står för hälften (50%) av alla köp. Samtidigt har även kvinnor ökat sin andel med hela 27% jämfört med män, och står idag för strax mer än hälften (51%) av alla köp av hem och trädgårdsprodukter på nätet.

- Vi ser en tydlig trend överlag med att äldre åldersgrupper står för en allt större del av köpen på nätet, och det gäller även hem och trädgårdsprodukter. Den utvecklingen har gått ännu snabbare det här året på grund av restriktionerna under coronapandemin, men sett ur ett längre perspektiv handlar det framförallt om att äldre konsumenter blir allt flinkare på nätet och börjar använda onlinehandeln som ett komplement till fysiska butiker, säger **Viveka Söderbäck**.

Hem & trädgårdsprodukter på nätet går hem i Stockholm och Uppsala - men inte lika populära i landets norra delar

Statistiken från Klarna visar även att det framförallt är Stockholmslän som handlar hem och trädgårdsprodukter på nätet, men att den största försäljningsökningen jämfört med fjolåret står att finna i Östergötlands län.

- Det är Stockholmslän och Uppsala län som har handlat mest hem och trädgårdsprodukter per person på nätet under början av sommaren. Samtidigt blir det också tydligt att den här typen av produkter inte är lika populära att köpa på nätet som andra varor i landets mest norra delar, där befolkningen samtidigt tillhör de som handlar allra mest på nätet i andra varukategorier, säger **Viveka Söderbäck**.

Klarnas shoppingindex (Hem & trädgård, juni 2020)

Län	Shoppingindex (per person) **	Shoppingindex (försäljningsökning 2019-2020) ***
Stockholms län	126	111
Uppsala län	114	112
Västmanlands län	100	100
Västra Götalandsregionen	97	95
Örebro län	95	94
Östergötlands län	95	119
Region Skåne	94	94
Södermanlands län	94	102
Dalarnas län	93	104
Region Halland	92	101
Kalmar län	92	96
Gävleborgs län	92	98
Värmlands län	89	91
Region Gotland	86	118
Blekinge län	85	96
Jönköpings län	85	83
Kronobergs län	83	81
Jämtlands län	80	75
Västernorrlands län	79	86
Norrbottnens län	75	68
Västerbottens län	70	79

* Statistiken kommer från Klarnas betalningslösningar under juni månad 2020. Klarna hanterar uppskattningsvis omkring hälften av transaktionerna för svensk e-handel

** Index (100) representerar den genomsnittliga svenskens shopping, och en högre eller lägre siffra visar om invånarna i länet handlat mer eller mindre per person

*** Index (100) representerar den genomsnittliga svenskens shopping, och en högre eller lägre siffra visar om försäljningen i länet ökat mer eller mindre

För mer information

Niklas Gillström, Presschef Klarna
0730817391
niklas.gillstrom@klarna.com

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 200 000 anslutna handlare, 3000 anställda och är verksamt i 17 länder. Bland Klarnas handlare finns varumärken som H&M, 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.