

e-barometern

PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

Q1
2014

Tema: Logistik



16 procent tillväxt för e-handeln första kvartalet 2014

Förord

Det svenska e-handelsåret inleds även 2014 mycket starkt med en tillväxt för första kvartalet om 16 procent. Under samma period ökade försäljningen för detaljhandeln totalt med 2,4 procent. Utvecklingen bekräftar bilden av att e-handeln nu växer med drygt 15 procent per kvartal. Vår prognos för helåret 2014 är en tillväxt om 15 procent.

Det är i år åtta år sedan vi inledde samarbetet runt e-barometern och vi fortsätter löpande att utveckla rapporten. Från och med nu kommer vi varje kvartal att redovisa hur stor andel konsumenter som e-handlat med sin mobiltelefon och från utländska sajter. Vi kommer också kvartalsvis redovisa samspelet mellan fysiska och digitala butiker.

Med ökad e-handel växer också kraven på mer effektiv logistik och förbättrade logistiktjänster. Konsumenterna kräver framförallt ökad valfrihet och flexibilitet i leveransen. Ökade konsumentkrav kräver också ökad effektivitet från e-handelsföretagen och logistikaktörerna. Mer om konsumenternas krav och hur företagen möter dessa kan du läsa i denna e-barometern som har temat logistik.

Stockholm, april 2014

Per Mossberg, Kommunikationsdirektör PostNord
Jonas Ogvall, VD Svensk Digital Handel
Lena Larsson, VD HUI Research

Sammanfattning

- Den svenska detaljhandelns försäljning över internet ökade med 16 procent första kvartalet 2014.
- Prognosen är att e-handeln kommer att omsätta 42,5 miljarder kronor under 2014, vilket innebär en tillväxt om 15 procent
- Under första kvartalet var tillväxten kraftigast för bygghandeln (36 procent), barnartiklar/leksaker (31 procent) och sport- och fritidsprodukter (24 procent).
- Av de största branscherna var tillväxten starkast för hemelektronik vars försäljning ökade med 16 procent. Kläder/skor hade en tillväxt om fyra procent och försäljning av böcker/media över internet ökade med 1 procent.
- 71 procent av konsumenterna e-handlade varor under kvartalet. Av dessa har 14 procent e-handlat med sin mobiltelefon och 34 procent e-handlat från utländska sajter. 25 procent av alla e-handelsrelaterade försändelser till konsumenter i Sverige levererades från utlandet.
- I genomsnitt förväntar sig e-handelskonsumenten leverans senast 4,3 vardagar efter att en beställning är genomförd. För 29 procent är det viktigt att kunna få en e-handlade försändelser levererad vardagen efter beställning.
- Tre av fyra konsumenter tycker det är viktigt att själv få välja hur de ska ta emot en e-handlad vara. 46 procent föredrar generellt att få en e-handlad vara levererad i postlådan av sin brevbärare.
- Var fjärde e-handelskonsument returnerade en e-handlad vara under 2013. 88 procent tycker att returhanteringen fungerar bra

E-barometern ges ut av PostNord i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research

postnord



Om PostNord

PostNord är den ledande leverantören av kommunikations- och logistiklösningar till, från och inom Norden. Vi säkerställer också postservicen till privatpersoner och företag i Sverige och Danmark. Genom vår expertis och ett starkt distributionsnät utvecklar vi förutsättningarna för morgondagens kommunikation, e-handel, distribution och logistik i Norden. Koncernen hade 2013 en omsättning på 40 miljarder SEK och 39 000 medarbetare. Moderbolaget är ett svenskt publikt bolag med koncernkontor i Solna. Besök oss gärna på postnord.com

Om Svensk Digital Handel

Svensk Digital Handel, tidigare Svensk Distanshandel, är intresseorganisationen för den digitala handeln i Sverige och verkar för att framtidssäkra medlemmarnas digitala verksamhet. Tillsammans med våra medlemmar gör vi det enklare att handla på nätet. Svensk Digital Handel äger e-handelscertifieringen Trygg e-handel och är en del av Svensk Handel.

Om HUI Research

HUI Research AB erbjuder, genom konsult- och forskningsverksamhet, kvalificerade beslutunderlag och rådgivning inom handel, turism, konsumtion och samhällsekonomi till näringsliv och offentlig sektor. Företaget grundades 1968 och ägs av branschorganisationen Svensk Handel.

Om e-barometern

Metod

PostNord följer i samarbete med Svensk Digital Handel och HUI Research den svenska detaljhandels utveckling inom e-handeln.

E-barometern publiceras en gång per kvartal och bygger på en konsumentundersökning och en företagsundersökning.

E-handeln definieras i e-barometern som försäljning av varor via internet som levereras hem, till ett utlämningsställe eller hämtas i butik, lager eller utlämningslokal av konsument.

Det innebär att följande inte definieras som e-handel i e-barometern:

- Köp i butik som först har bokats via internet
- Försäljning av tjänster (t ex resor, hotell och konsertbiljetter) som sker via internet
- Nedladdningar av t ex musikfiler, filmer och applikationer
- Försäljning via internet mellan företag
- Försäljning via internet mellan privatpersoner

E-barometern bygger på information som samlats från företag mellan 1-15 april 2014. 385 företag med försäljning över internet deltog i undersökningen.

Konsumentundersökningen genomfördes i april 2014 med ett riksrepresentativt urval av Sveriges befolkning i åldrarna 18-79 år med hjälp av TNS SIFO:s webbpanel. Sammanlagt deltog 1180 respondenter i undersökningen.

Då det är en webbundersökning är resultaten representativa för de 93 procent av Sveriges befolkning som har tillgång till internet

Frågor om E-barometern besvaras av:

Arne Andersson, e-handelsexpert
PostNord, tel. 0730-790 552

Per Ljungberg, kommunikationschef
PostNord Sverige, tel. 010-436 44 21

PostNords presstelefon:
010-436 10 10

Jonas Ogvall, VD Svensk Digital
Handel, tel. 010-471 86 78

Carin Blom, analytiker HUI
Research, tel.08-762 72 99

Innehåll

Sammanfattning	2
Förord	2
Metod	4
E-handels utveckling	5-16
TEMA: Logistik	16-25

E-HANDELNS UTVECKLING

16%

E-handeln inleder året starkt med en tillväxt om 16 procent. Denna tillväxttakt spås hålla i sig under året. Prognosen för e-handeln 2014 är en tillväxt om 15 procent, vilket innebär att e-handeln kommer att omsätta 42,5 miljarder kronor.

Det är tuffa jämförelsetal branschen möter, vilket gör att det blir svårare att nå högre tillväxttal. Samtidigt så flyttas allt större andel av befolkningens konsumtion ut på nätet, vilket gör att vi kommer att få se en stark drivkraft även framöver. Alla branscher finns på nätet och konsumenterna blir allt mer mogna i sitt inköpsbeteende. Logistiken förbättras samtidigt som e-handlarna utvecklar sina försäljningskanaler, kundservice och marknadsföring. 15 procent är en fortsatt väldigt stark tillväxt för e-handeln och i linje med utvecklingen utanför Sverige, där länder som Storbritannien, USA och Tyskland alla visar på stark utveckling.

Framförallt är det branscher som är förhållandevis omogna på nätet som växer snabbast, till exempel bygghandel, barnartiklar/ leksaker och sport- och fritidsprodukter. Men även den största branschen inom e-handeln, hemelektronik, har haft en mycket stark inledning på året, med en tillväxt om 16 procent.

Drygt sju av tio svenskar e-handlade varor under det första kvartalet. 40 procent av dessa e-handlade kläder. Tillväxttakten för kläder/skor minskar dock för femte kvartalet i rad, och ökade nu enbart med 4 procent. Det är en lägsta tillväxttakten för kläder/skor ett enskilt kvartal sedan vi började särredovisa branscher i e-barometern Q1 2011.

Var tredje konsument som e-handlade varor under kvartalet fick minst en vara levererad från utlandet. 25 procent av alla e-handelsrelaterade försändelser på den svenska marknaden levererades från en utländsk sajt.

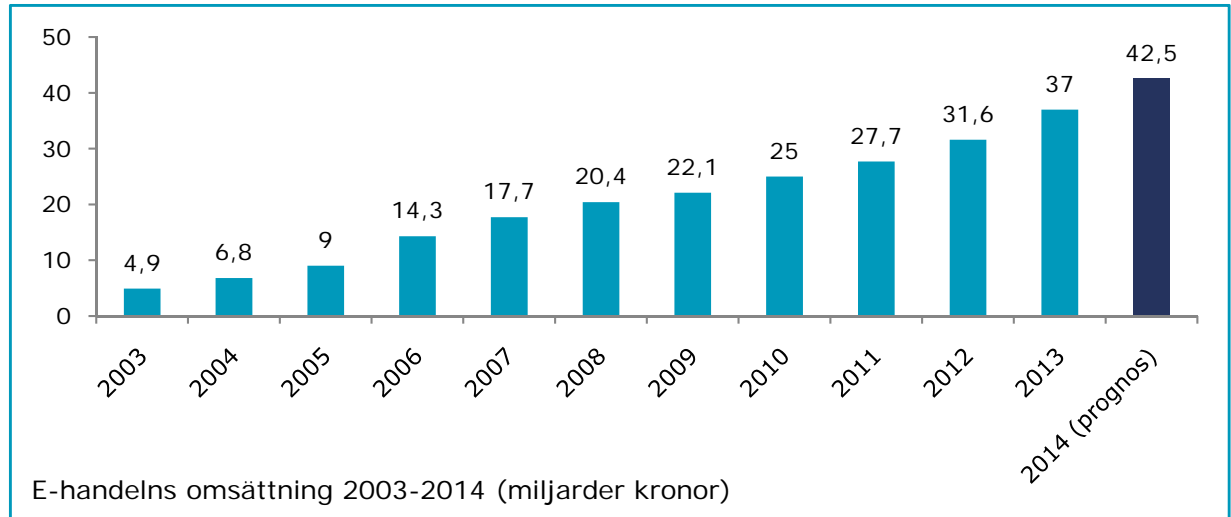
Prognos för 2014: 42,5 miljarder kronor

Över 40 miljarder kronor 2014

2013 var ett mycket starkt år för svensk e-handel, omsättningen ökade med 17 procent, vilket innebär att e-handeln i Sverige omsatte 37 miljarder kronor.

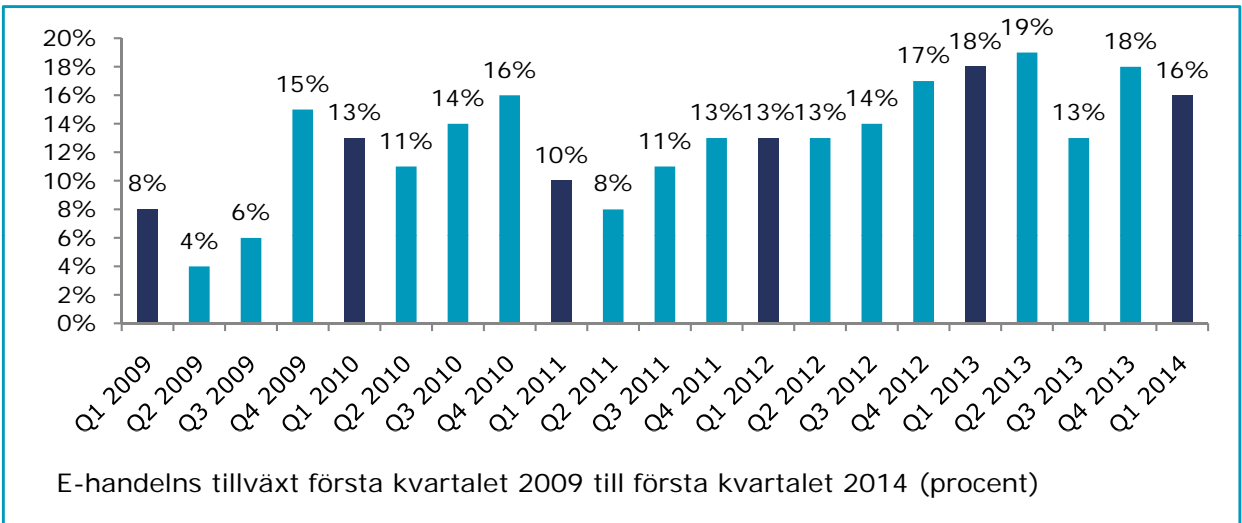
Prognosen för 2014 är att e-handels omsättning ökar med 15 procent, vilket innebär att e-handeln kommer att omsätta 42,5 miljarder kronor.

E-handeln utgör sex procent av den totala detaljhandeln i Sverige. Bortser man från dagligvarubranschen utgör e-handeln 10 procent av omsättningen.



Stark inledning på e-handelsåret 2014

E-handels omsättning ökade med 16 procent det första kvartalet i år, jämfört med motsvarande kvartal 2013. Det är en mycket stark start på e-handelsåret, inte minst med tanke på att förra årets första kvartal innebar en tillväxt om 18 procent.



Kraftigast tillväxt för bygghandeln och barnartiklar/leksaker

Det första kvartalet 2014 växte e-handeln med varor med 16 procent jämfört med motsvarande kvartal 2013. Den svenska detaljhandeln i sin helhet visade första kvartalet en tillväxt om 2,4 procent.

Fortsatt går Sport/fritid mycket starkt, men ännu starkare går de branscher som vi nu för första gången kan särredovisa i e-barometern; bygghandeln och barnartiklar/leksaker. Båda dessa visar en tillväxt på över 30 procent.

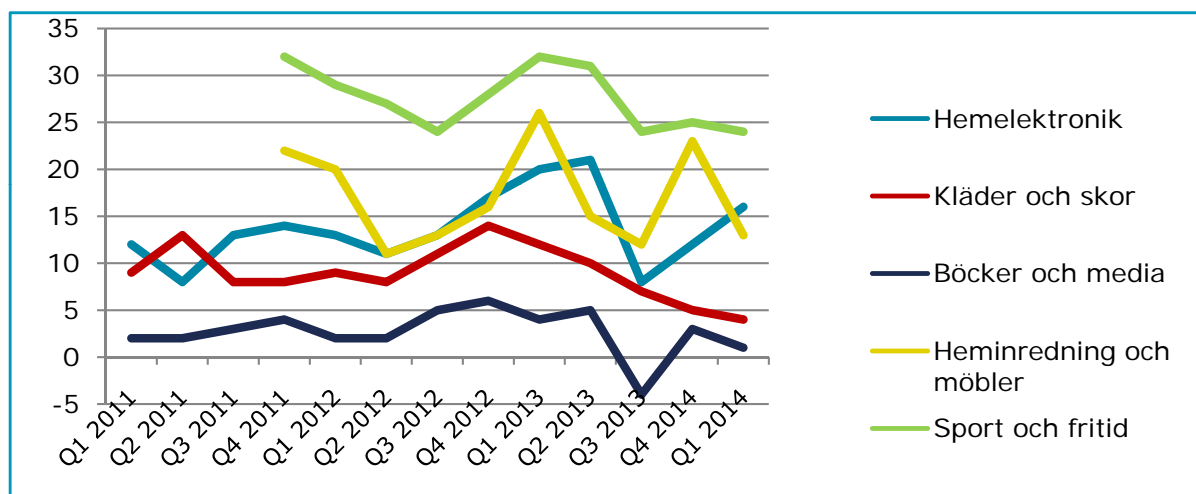
Bland de branscher som är störst på internet går hemelektronik imponerande bra under första kvartalet. Däremot visar kläder/skor en lägre tillväxttakt, faktiskt den lägsta sedan vi började särredovisa enskilda branscher i e-barometern Q1 2011.

Böcker/media är den bransch där störst andel av försäljningen sker på nätet. Nästan varannan bok säljs på nätet idag. E-handeln fortsätter trots det att ta marknadsandelar i förhållande till den fysiska bokhandeln. Tillväxten är dock måttlig, en procent under första kvartalet.

Bransch	Omsättning 2013 (mdr kr)	Andel av total detaljhandel	Tillväxt Q1	
			2014	2013
Hemelektronik	8,8	21%	16%	20%
Kläder/skor	7,2	12%	4%	12%
Böcker/media	3,3	46%	1%	4%
Heminredning/möbler	1,2	4%	13%	26%
Sport/fritid	1	3%	24%	32%
Bygghandel*	1	3%	36%	X
Barnartiklar/leksaker*	0,6	18%	31%	X
Övrig**	13,8	X	26%	30%
Totalt	37	6%	16%	18%

* Särredovisas för första gången Q1 2014.

** Från Q1 2014 ingår inte Bygghandel samt Barnartiklar/leksaker i kategorin Övrigt

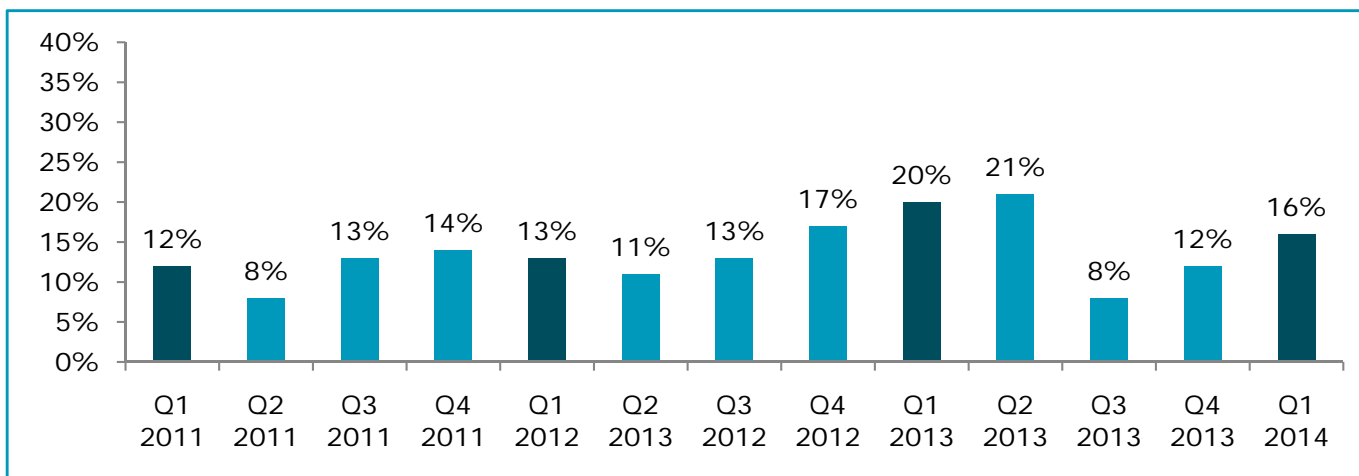


Mycket stark tillväxt för hemelektronik – svagare utveckling för kläder/skor

Hemelektronik: +16%

Hemelektronik är den största branschen inom e-handeln och omsatte under 2013 8,8 miljarder, vilket innebär att 21 procent av den totala omsättningen inom hemelektronik sker via internet. 16 procent tillväxt under första kvartalet 2014 är därmed mycket imponerande. Totalt ökade omsättningen i branschen med 2,1 procent under kvartalet (fysisk och digital handel).

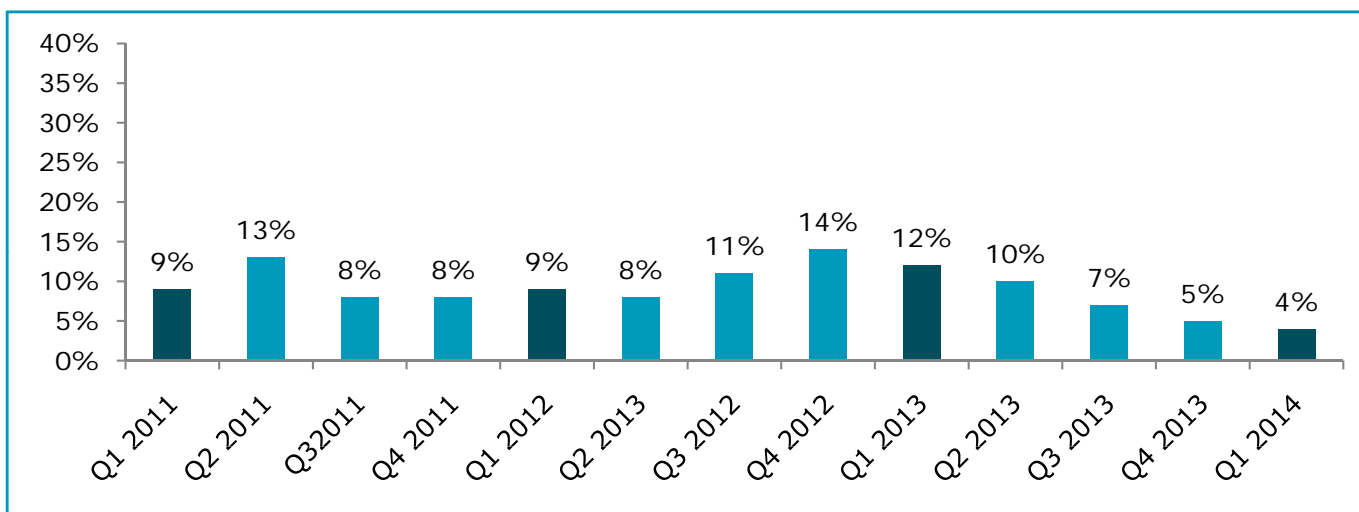
Tre av tio av de konsumenter som e-handlade under första kvartalet anger att de köpt hemelektronik. Bland männen är andelen 42 procent, bland kvinnor 18 procent.



Kläder/skor: +4%

Kläder/skor var för några år sedan nästan lika stor som hemelektronik inom e-handel, men har inte haft lika kraftig tillväxttakt som hemelektronik de senaste åren. Branschen omsatte 7,2 miljarder kronor inom e-handeln under 2013, och e-handeln står för 12 procent av den totala omsättningen.

Kläder hade en måttlig tillväxttakt på internet under första kvartalet, fyra procent, vilket är den lägsta tillväxten för ett enskild kvartal sedan branschen började särredovisas i e-barometern Q1 2011. Branschen i sin helhet (fysisk och digitalt) ökade under kvartalet sin försäljning med 5,6 procent.

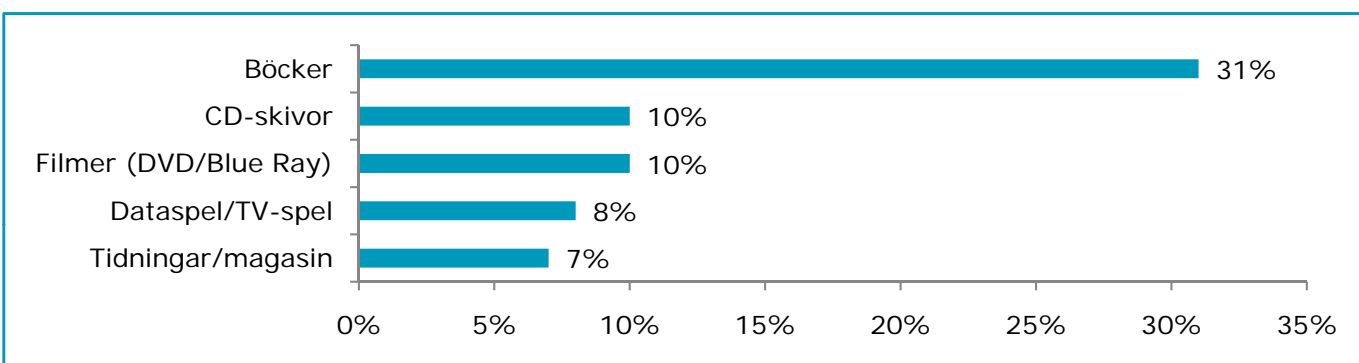
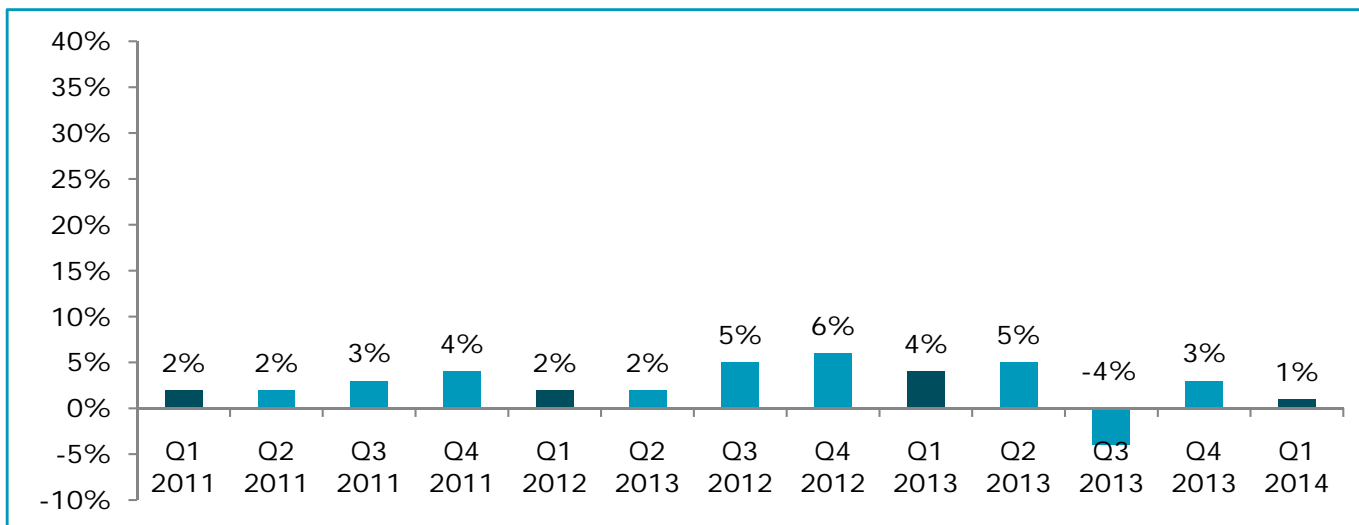


Trots digitala alternativs framväxt - fortsatt positiv tillväxt för media

Böcker/media + 1%

Böcker/media är den bransch där en klart högst andel av försäljningen sker via internet. Inom bokhandeln kan 46 procent av omsättningen relateras till köp via internet. Trots att e-handeln är så etablerad inom branschen fortsätter den ta marknadsandelar. Tillväxten var dock måttlig under första kvartalet, en procent.

Den klart största varukategorin inom branschen böcker/media är böcker, som 31 procent av de konsumenter som e-handlat under första kvartalet anger att de köpt. Därefter kommer CD-skivor respektive filmer (DVD/Blue-Ray) som 10 procent e-handlat. På senare år har digitala alternativ inom filmer och musik tagit en allt större del av konsumtionen. Med tanke på det får 10 procent ändå anses vara en hög andel.



Konsument: Vilka typer av varor har du handlat på internet de senaste tre månaderna?

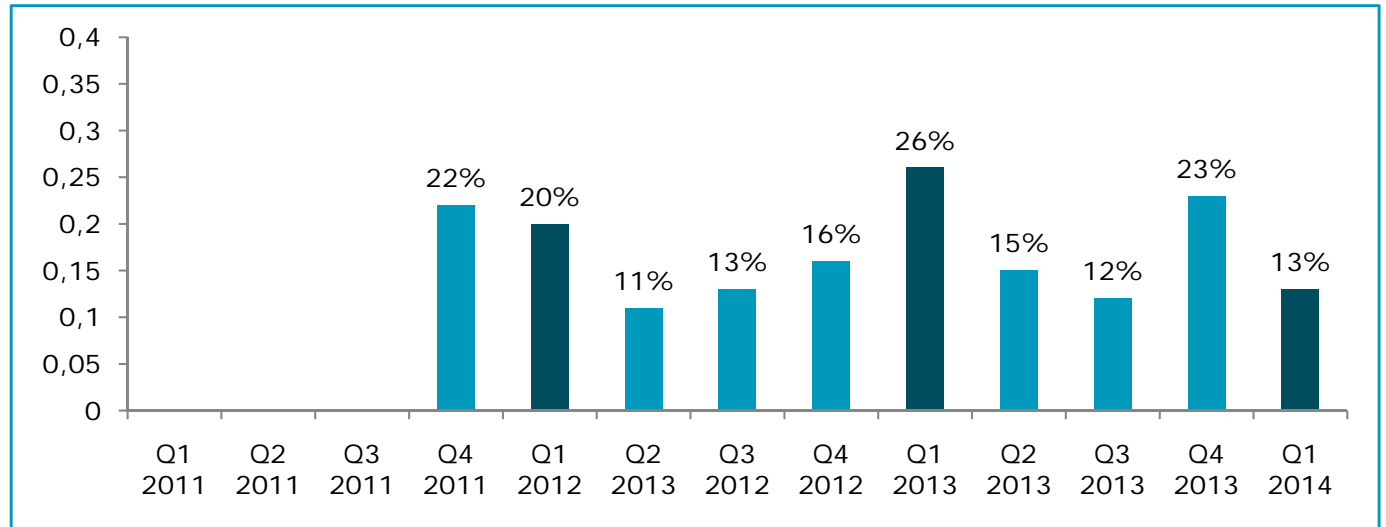
BAS: HAR E-HANDLAT Q1 2014: 71 %

Fortsatt imponerande tillväxttakt

Heminredning/möbler: +13%

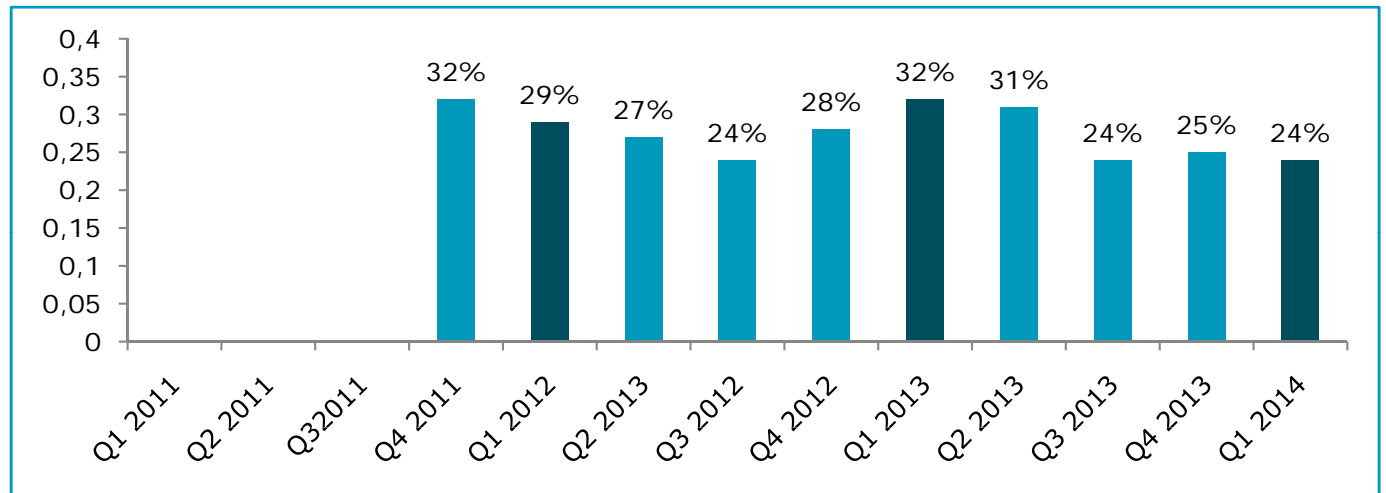
Tillväxten är fortsatt hög när det gäller försäljningen av heminredning/ möbler via internet. Försäljningen av heminredning/möbler via internet ökade med 13 procent under kvartalet jämfört med motsvarande kvartal 2013. Även branschen i sin helhet (fysisk och digital handel) hade ett bra första kvartal med en tillväxt om 8,3 procent.

Branschen omsatte 1,2 miljarder på internet under 2013, och befinner sig i kraftig tillväxtfas. Endast fyra procent av all försäljning sker digitalt idag, så potentialen för fortsatt hög tillväxt är stor.



Sport/fritid: 24%

Sport/fritid har haft en tillväxt på internet på mellan 24 och 32 procent sedan vi i e-barmetern började särredovisa branschen Q4 2011. Tillväxttakten är fortsatt hög. Förra året omsatte branschen 1 miljard kronor på nätet och endast tre procent av den totala försäljningen sker via internet. Potentialen är därför stor för fortsatt hög tillväxt många år framöver.

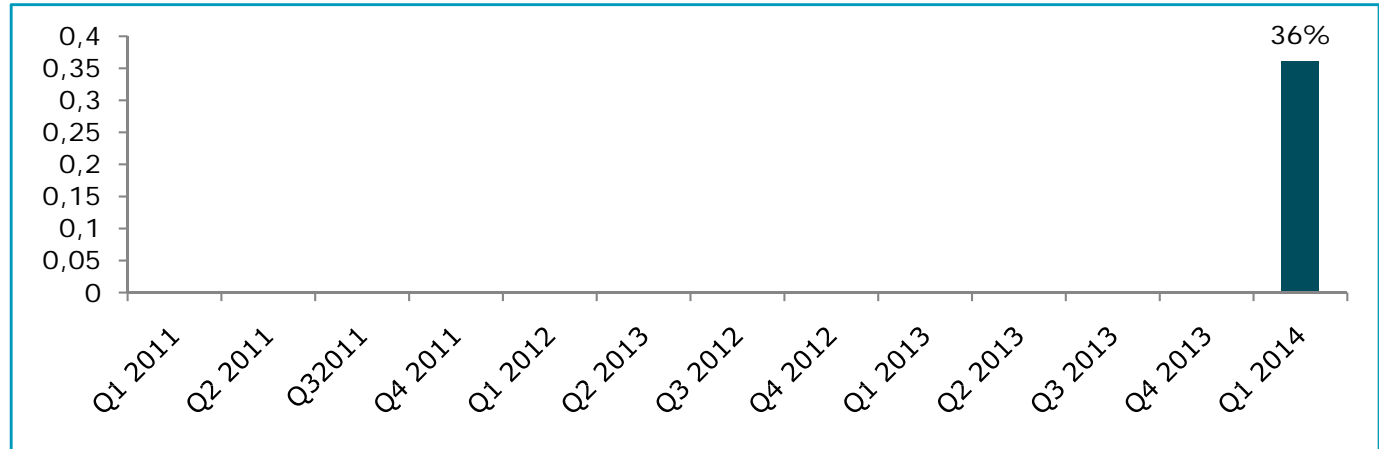


Mycket kraftig tillväxt för bygg och barn

Bygghandel: +36%

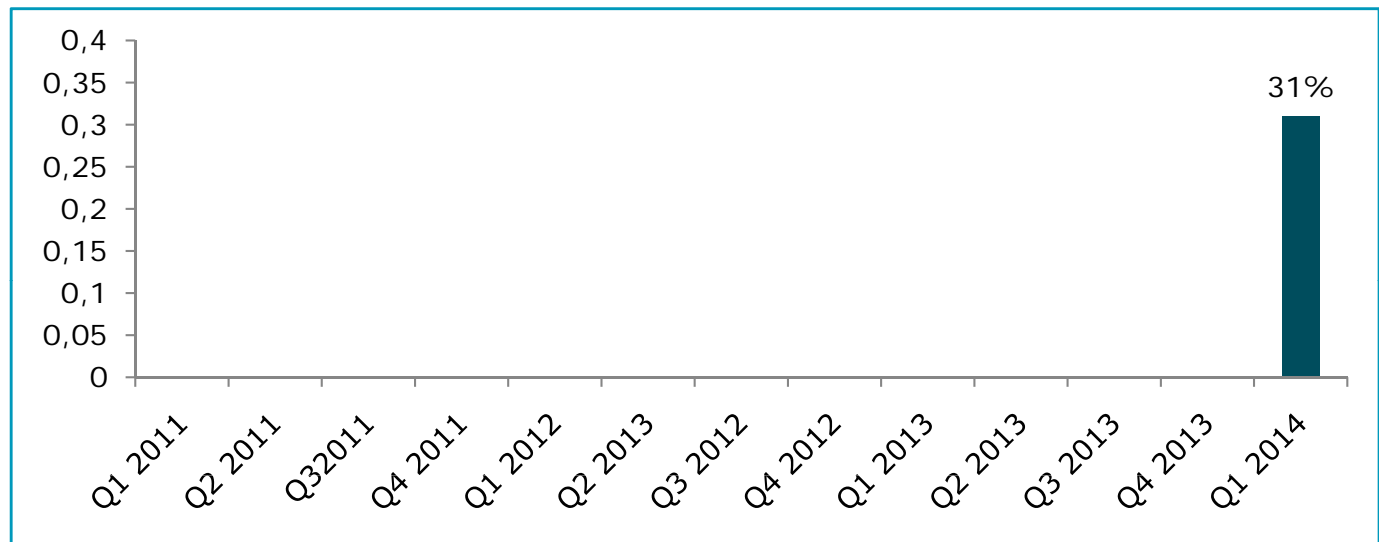
Bygghandeln är den bransch som uppvisar kraftigast tillväxt när det gäller försäljning via internet under första kvartalet, 36 procent. Järn- och bygghandeln hade även i sin helhet ett starkt kvartal med en tillväxt om 10,3 procent.

Potentialen för branschen när det gäller e-handeln är mycket stor. Branschen omsatte förra året 1 miljard på internet, vilket motsvarar tre procent av den totala försäljningen. Samtidigt är det endast fyra procent av de som e-handlat varor under första kvartalet som anger att de e-handlat byggvaror.



Barnartiklar/leksaker+31%

Barnartiklar/leksaker har de senaste åren växt mycket kraftigt på internet, hela 18 procent av den totala omsättningen för branschen kan relateras till e-handel. Det innebär att efter böcker och hemelektronik är det den branschen som har högst andel av sin försäljning via internet. Branschen omsatte 600 miljoner på nätet under 2013.



Flest har e-handlat kläder under Q1

7 av 10 konsumenter e-handlade varor under första kvartalet

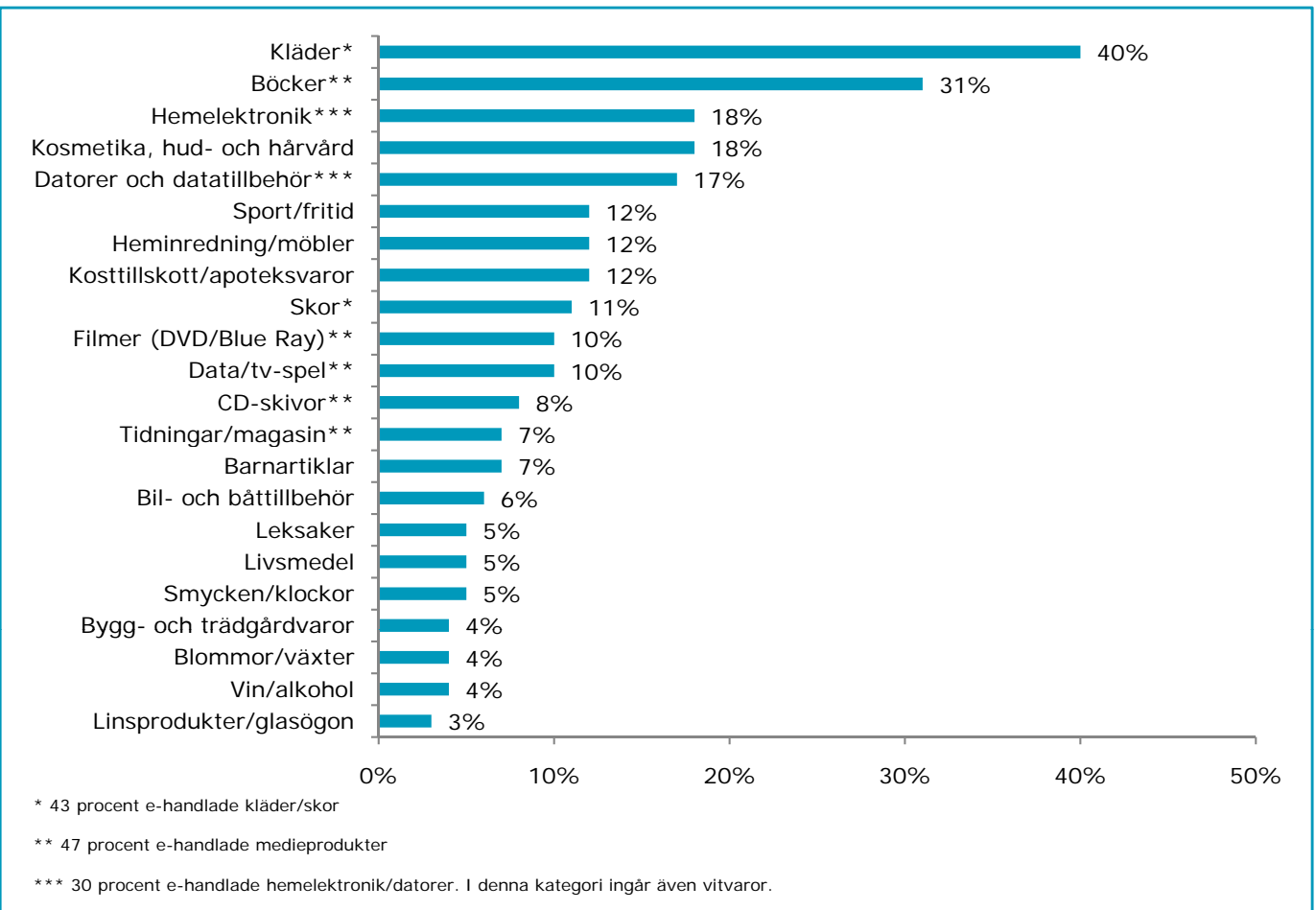
71 procent av samliga konsumenter handlade varor på internet under det första kvartalet 2014. Bland konsumenter 30-49 år e-handlade 81 procent varor, motsvarande andel bland konsumenter över 65 år var 51 procent.

Den varukategori som flest e-handlade under kvartalet var kläder (40 procent) följt av böcker (31 procent).

Bland män e-handlade 27 procent kläder respektive böcker och 26 procent e-handlade hemelektronik respektive datorer och datatillbehör. Bland kvinnor var kläder den klart mest e-handlade varan, drygt varannan kvinna (51 procent) som e-handlade under kvartalet köpte kläder. Efter kläder följde böcker som 35 procent av de kvinnliga e-handelskonsumenterna handlade, följt av kosmetika, hud- och hårvård som 30 procent e-handlade.

KONSUMENT: Vilka typer av varor har du handlat på internet de senaste tre månaderna?

BAS: HAR E-HANDLAT Q1 2014 (71%)



Var tionde konsument har e-handlat med sin mobiltelefon

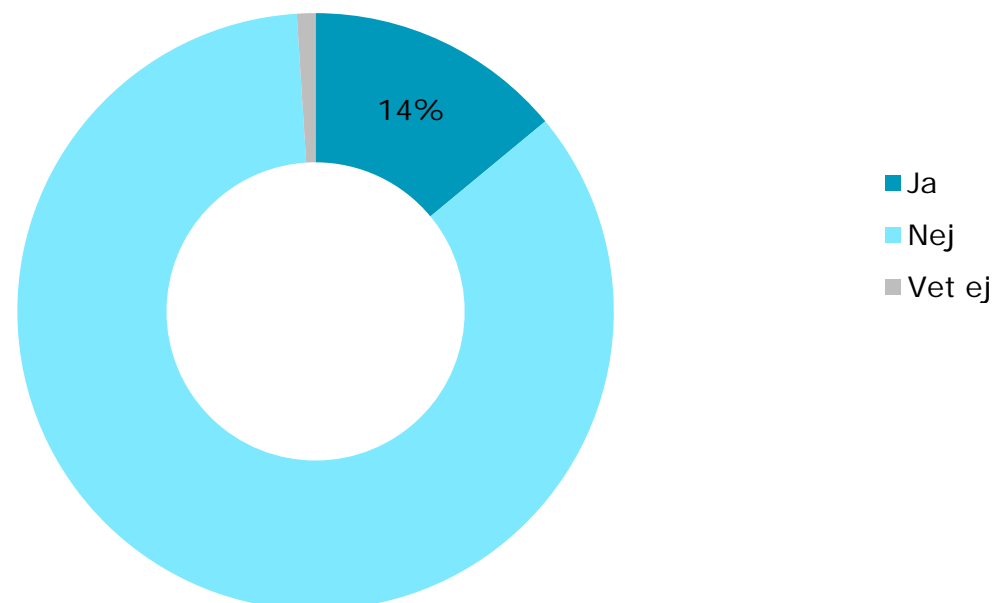
Mobil handel med varor vanligast bland unga mellan 18 och 29 år

14 procent av de konsumenter som e-handlade varor under kvartalet anger att de någon gång använde sin mobiltelefon för att e-handla varor. Det innebär att 10 procent av hela befolkningen någon gång använde sin e-handel för att handla varor under kvartalet*

Bland 18-29-åringar som e-handlade varor under kvartalet använde drygt var femte (21 procent) sin mobil för att köpa en vara.

* 14 procent x 71 procent = 10 procent av hela befolkningen

KONSUMENT: Har du någon gång de senaste tre månaderna använt din mobiltelefon för att handla varor på internet?
BAS: HAR E-HANDLAT Q1 2014 (71%)



Var tredje e-handelskonsument har handlat från utländska sajter under Q1

25 procent av e-handelsförsändelserna från utlandet

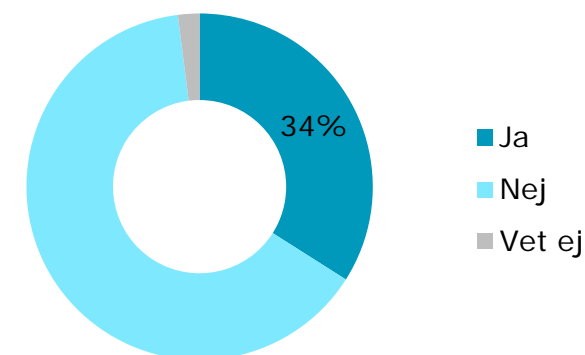
Av de som e-handlade varor under första kvartalet anger 34 procent att de handlat en vara från en utländsk sajt. Det är betydligt fler män än kvinnor som e-handlat från utlandet under kvartalet, 43 procent av männen och 25 procent av kvinnorna. Bland de mellan 18 och 29 år är det 41 procent som e-handlat från utländska sajter.

Vi har även frågat hur många försändelser som e-handelskonsumenterna tagit emot under kvartalet, och hur många som de uppskattar de fått från utlandet. Av konsumenternas uppskattning framgår att 25 procent av alla e-handlade försändelser som levererats under första kvartalet kommer från utlandet. Totalt uppskattar konsumenterna att köp från utländska sajter står för 23 procent av värdet av e-handelsköpen under kvartalet.

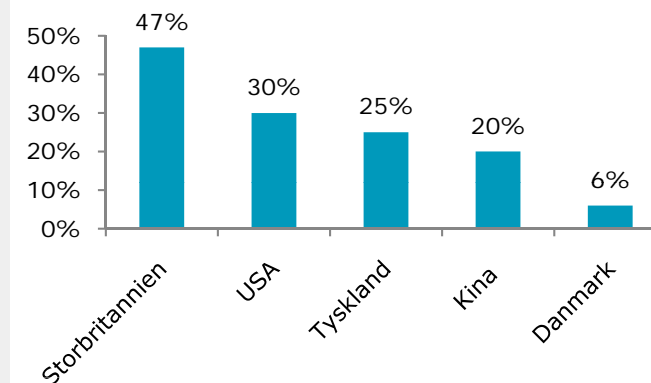
Fyra länder dominerar när svenskarna söker sig utanför de egna gränserna för att e-handla. Av de som e-handlat från utlandet har 47 procent handlat från brittiska sajter, 30 procent från amerikanska, 25 procent från tyska och 20 procent från Kina.

De varor som flest har e-handlat från utländska sajter under kvartalet är böcker (30 procent), hemelektronik (17 procent) samt kosmetika, hud- och hårvård (11 procent).

KONSUMENT: Har du någon gång under det senaste tre månaderna e-handlat varor från utlandet? (med utlandet avses att du upplever e-handelsbutikens hemvist vara utanför Sverige och/eller att leveransen kommer från land utanför Sverige)
BAS: HAR E-HANDLAT Q1 2014 (71%)



KONSUMENT: Från vilka länder har du handlat varor på internet från utlandet det senaste kvartalet? (med utlandet avses det land som du upplever vara e-handelsbutikens hemvist). TOPP 5.
BAS: HAR E-HANDLAT FRÅN UTLANDET Q1 2014 (24%)



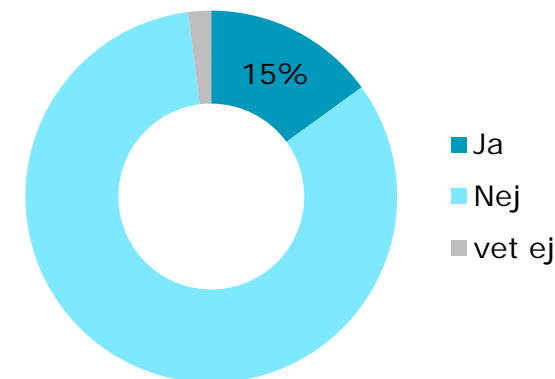
E-handelssajten vår tids skyltfönster

Under senaste året har allt fler traditionellt renodlade e-handelsföretag öppnat fysiska butiker, och de stora butikskedjorna har ökat satsningen på e-handel. Det blir allt vanligare att konsumenter prövar en vara i en butik för att sedan handla den på nätet. 15 procent av e-handelskonsumenterna gjorde det någon gång under kvartalet.

Ännu vanligare är att konsumenten gör research om en vara på internet, för att sedan köpa den i en fysisk butik. Hela 53 procent av de som e-handlat varor under kvartalet har gjort detta någon gång de senaste tre månaderna. Bland män är det något vanligare, 59 procent jämfört med 48 procent bland kvinnor. Det beror sannolikt på att detta beteende är vanligast vid köp av hemelektronik (vilket framgick av e-barometern Q4 2013) och att män är mer frekventa e-handelskonsumenter av dessa varor.

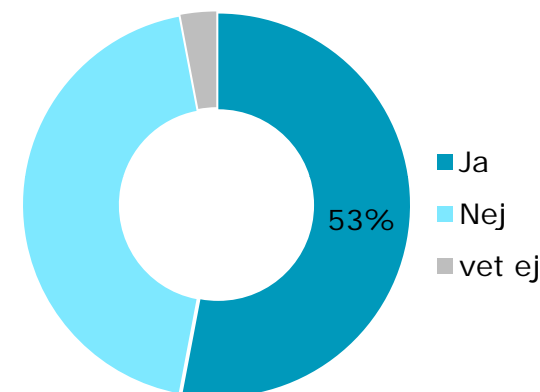
KONSUMENT: Har du någon gång de senaste tre månaderna först tittat på/provat vara i butik, för att sedan köpa den på internet?

BAS: HAR E-HANDLAT Q1 2014 (71%)



KONSUMENT: Har du någon gång de senaste tre månaderna först gjort research kring en vara på internet, för att sedan köpa den i en butik?

BAS: HAR E-HANDLAT Q1 2014 (71%)



TEMA: LOGISTIK



Företagen överträffar förväntningar på leveranstid

4,3 vardagar genomsnittlig förväntan på leveranstid

I genomsnitt förväntar sig e-handelskonsumenten att få sin vara levererad maximalt 4,3 vardagar efter att den beställts på internet. I ett europeisk perspektiv är det förhållandevis lång tid. Det senaste åren har det talats mycket i branschen om att varorna ska leveras allt snabbare. Resultatet i e-barometern tyder dock inte på det. Snarare är har förväntningar på snabba leveranser minskat sedan motsvarande fråga ställdes i e-barometern för ett år sedan.

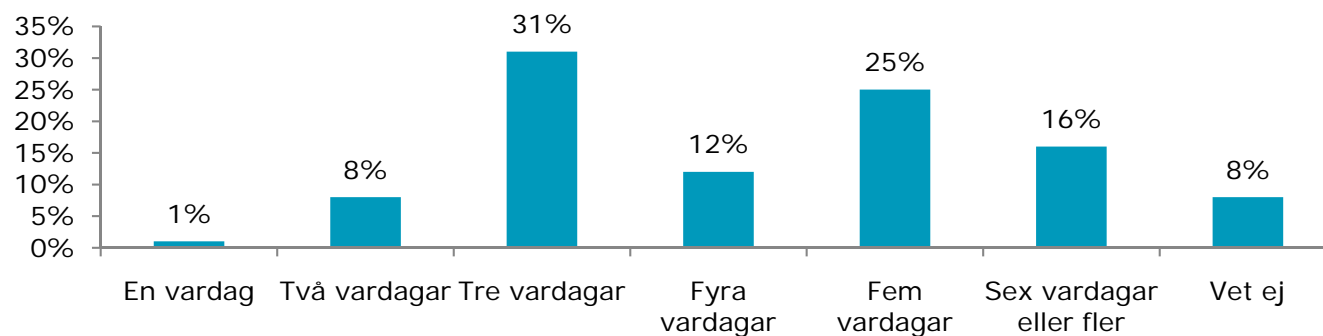
Enligt företagen förväntar sig nästan varannan kund leverans inom två dagar

Företagens intryck är dock att allt fler av deras kunder ställer krav på allt snabbare leveranser. För ett år sedan angav 42 procent av företagen att deras kunder förväntade sig leverans två dagar efter de beställt en vara. I år är andelen 45 procent.

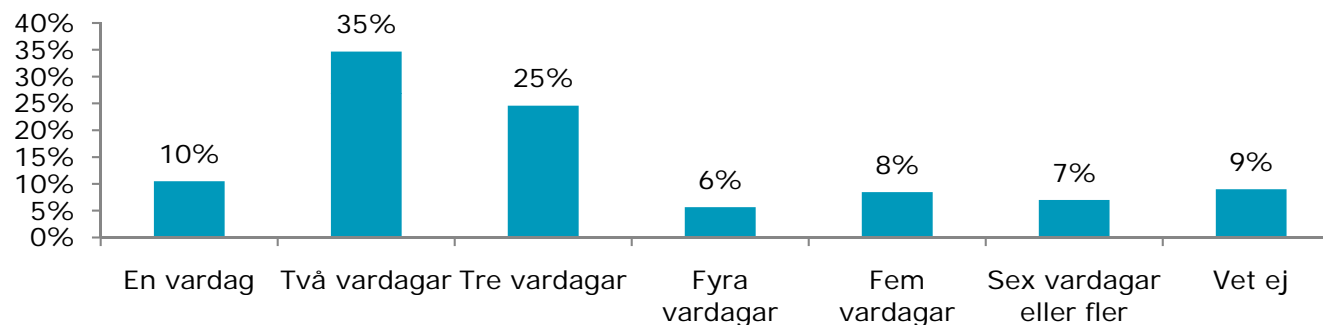
Av undersökningen framgår även att 25 procent av e-handelsföretagen erbjuder en vardags leveranstid för merparten av sitt sortiment. 73 procent erbjuder mellan 1-3 vardagars leveranstid på merparten av sortimentet

KONSUMENT: När du beställer en vara på internet, vilka är dina förväntningar på leveranstiden, dvs hur många vardagar får det maximalt ta att få varan?

BAS: Har e-handlat, 92%



FÖRETAG: Vad har ert företags kunder för förväntningar på de leveranstider för de varor de beställer på internet?



Viktigt för tre av tio e-handelskonsumenter att kunna få leverans nästkommande vardag

Få tycker det är mycket viktigt att kunna få vara levererad vardagen efter beställning

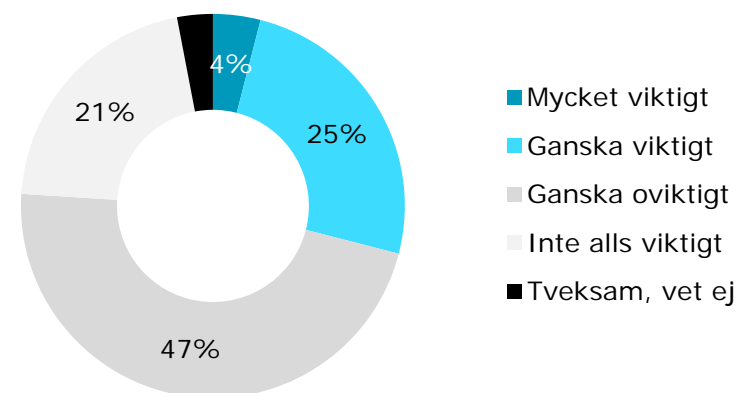
Endast fyra procent av e-handelskonsumenterna tycker det är mycket viktigt att kunna få en vara de beställt på internet levererad nästkommande vardag. Bland de yngre konsumenterna, de mellan 18 och 29 år, tycker dock åtta procent det är mycket viktigt och 29 procent ganska viktigt.

Viktigt för tre av fyra att kunna få vara levererad inom tre vardagar

Att kunna få en vara levererad inom tre vardagar är dock mycket viktigt för betydligt fler, 23 procent. Bland de mellan 18 och 29 år är det mycket viktigt för 35 procent.

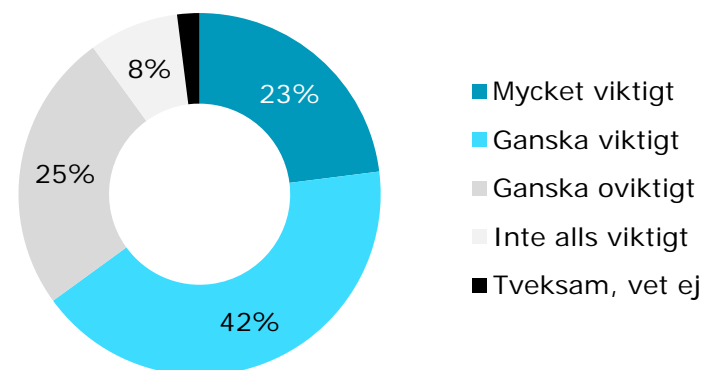
KONSUMENT: Hur viktigt är det för dig att kunna få en vara du beställt på internet levererad nästkommande vardag?

BAS: Har e-handlat, 92%



KONSUMENT: Hur viktigt är det för dig att kunna få en vara du beställt på internet levererad inom senaste tre vardagar?

BAS: Har e-handlat, 92%



Mottagarmakt viktigt för e-handelskonsumenter

Viktigt för flertalet konsumenter att få välja hur de ska få varan levererad

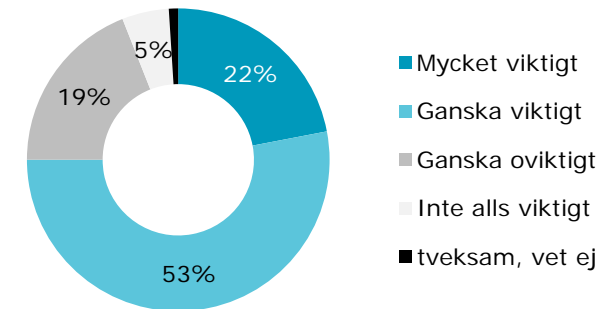
För tre av fyra konsumenter är det viktigt att få välja själva hur varor de beställt på internet ska levereras. För 22 procent är det mycket viktigt, för 53 procent ganska viktigt.

Brevbäraren levererar stor andel e-handlade varor

Fyra av tio konsumenter får hälften eller fler av alla sina e-handlade varor levererade av brevbäraren direkt hem till sin postlåda. Nästan hälften av alla e-handelskonsumenter, 46 procent, anger också att de generellt helst vill få sin vara levererad i sin postlåda av brevbäraren.

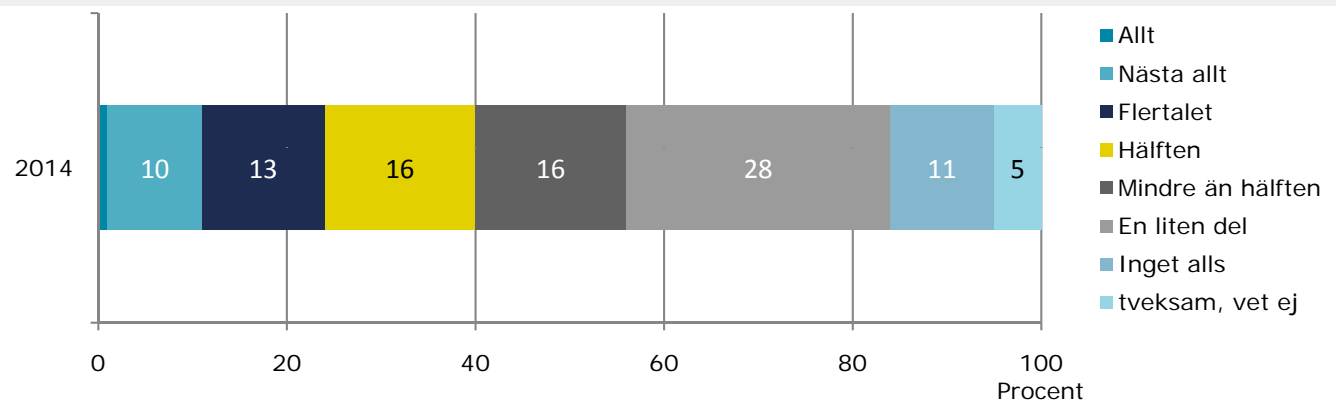
KONSUMENT: Hur viktigt är det för dig att du får välja hur du ska få en vara levererad när du beställer på internet?

BAS: Har e-handlat, 92%



KONSUMENT: Ungefär hur stor andel av de varor du beställer på internet får du levererade av Posten direkt hem till din brevlåda?

BAS: Har e-handlat, 92%



Medieprodukter i postlådan, värdefulla produkter till ombudet och otympliga hemlevererade

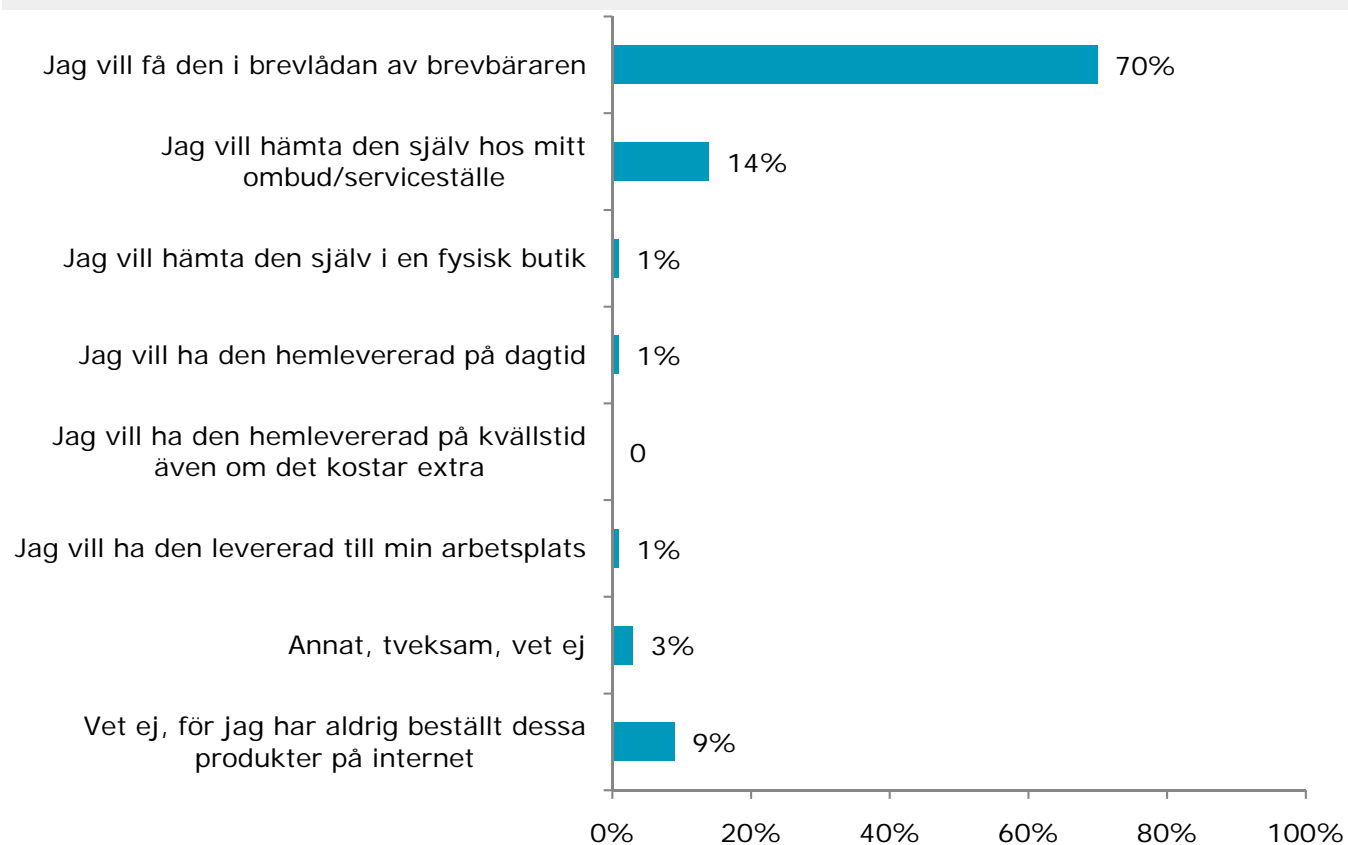
Sju av tio e-handelskonsumenter vill helst få fysiska medieprodukter som böcker, filmer, CD-skivor och dataspel levererad av sin brevbärare i sin postlåda. 14 procent vill hämta den själv hos sitt ombud, medan nio procent anger att de inte vet då de inte beställt dessa produkter på internet.

Mobiltelefoner, surfplattor eller datorer vill fler än hälften (56 procent) få levererade till sitt ombud/serviceställe, medan sju procent vill hämta dessa varor själva i en fysisk butik

Vitvaror som spis, diskmaskin och kylskåp vill konsumenterna få hemlevererade. 22 procent vill ha varan hemlevererad på kvällstid även om det kostar extra. En högre andel män än kvinnor och konsumenter i åldern 30-49 år fördrar att få varan levererad kvällstid även om det kostar extra.

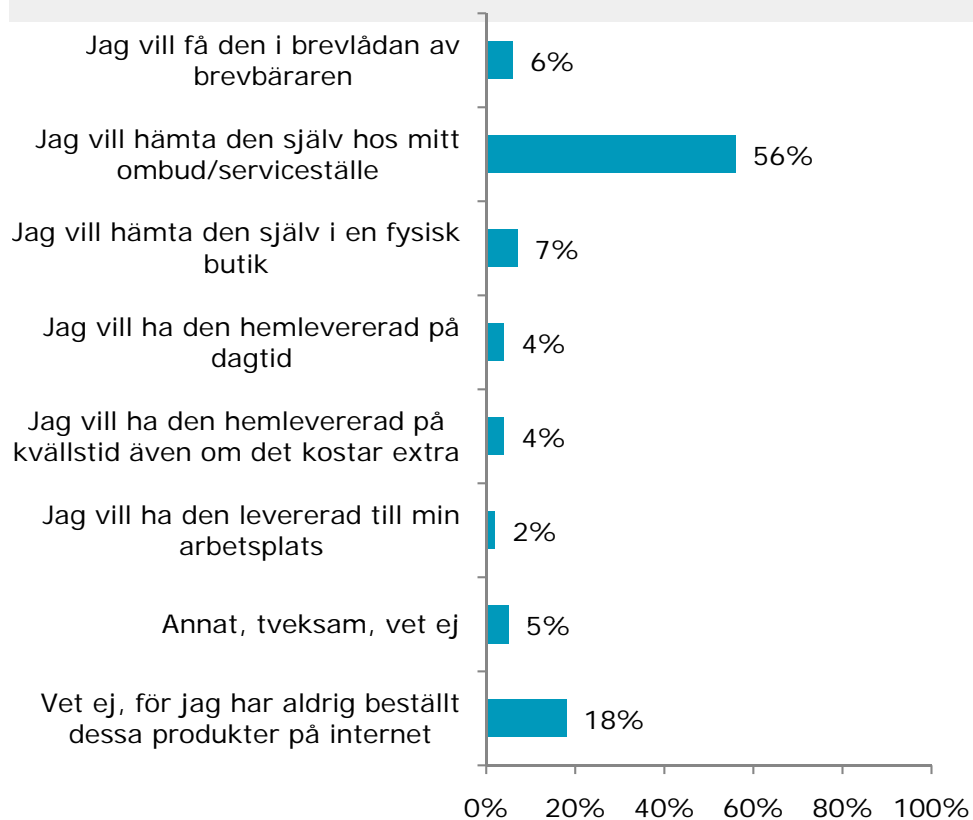
KONSUMENT: Om du köper fysiska medieprodukter som böcker, filmer, CD-skivor och/eller dataspel på internet, hur vill du helst få dem levererade?

BAS: Har e-handlat, 92%



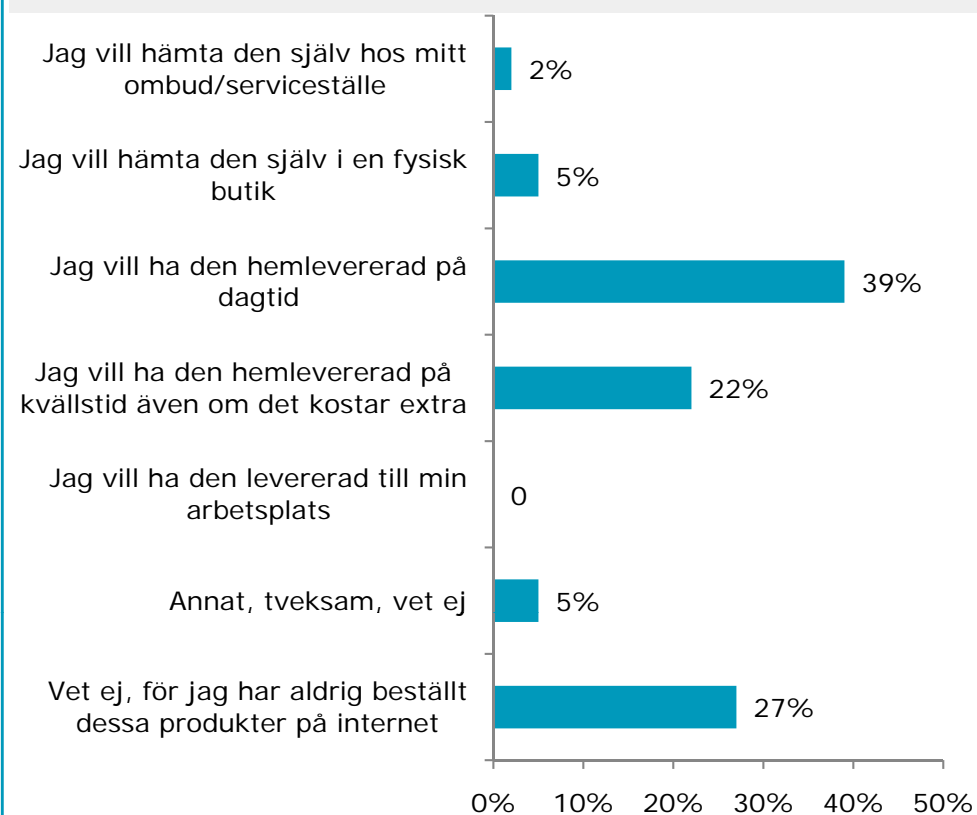
KONSUMENT: Om du köper mobiltelefon, surfplatta eller dator på internet, hur vill du helst få dem levererade?

BAS: Har e-handlat, 92%



KONSUMENT: Om du köper tv, kylskåp, spis eller diskmaskin på internet, hur vill du helst få dem levererade?

BAS: Har e-handlat, 92%

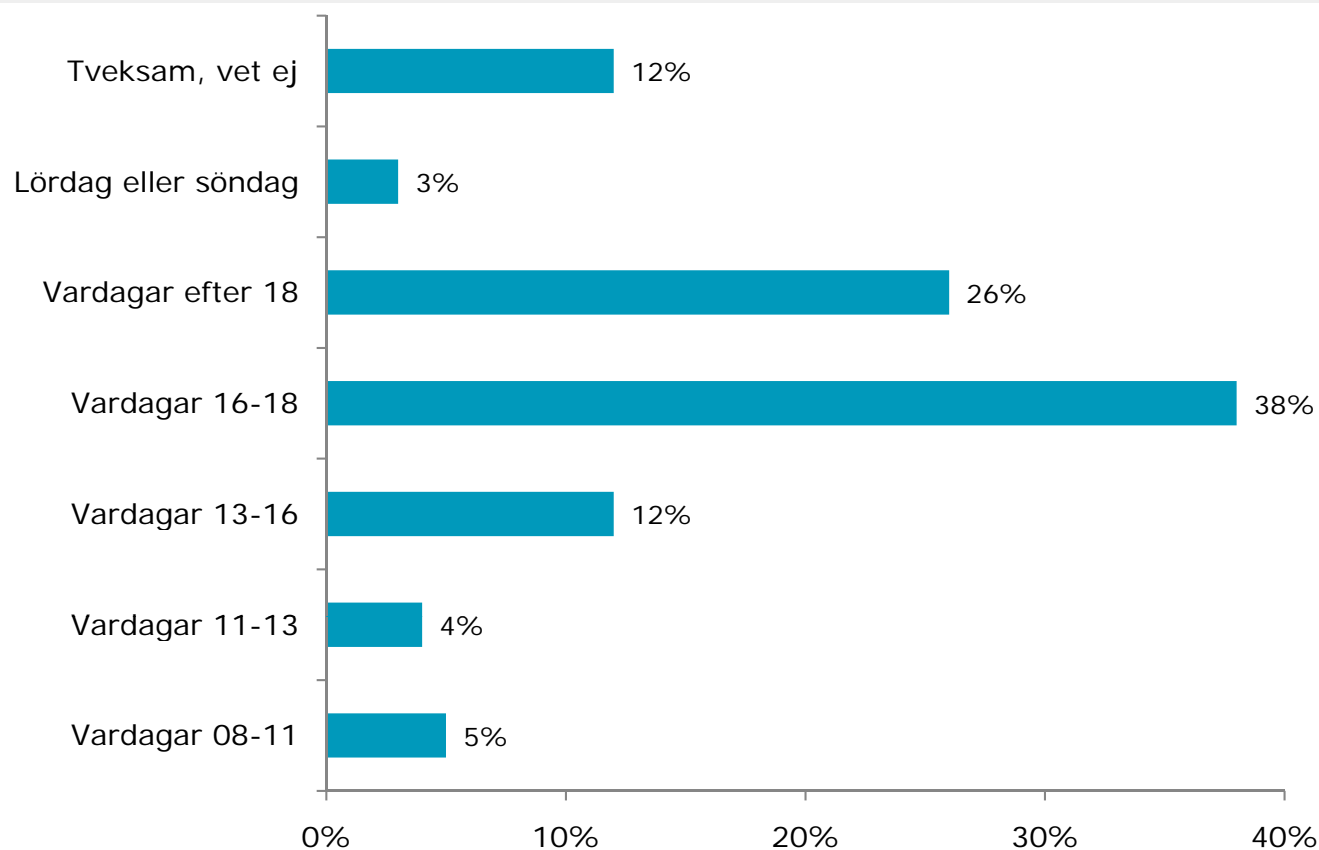


Fyra av tio föredrar att hämta sina varor vardagar mellan 16 och 18

38 procent av e-handelskonsumenterna föredrar att hämta sina e-handlade produkter på sitt utlämningsställe på vardagar mellan klockan 16 och 18, 26 procent föredrar vardagar efter klockan 18.

Det är stora skillnader mellan hur olika ålderskategorier svarat på frågan. Bland konsumenter mellan 30-49 är det nästan lika stor andel som föredrar efter klockan 18 på vardagar som mellan 16-18 vardagar. 42 procent föredrar klockan 16-18, medan 36 procent efter klockan 18 på en vardag.

KONSUMENT: Om du har handlat en vara på internet, och fått information om att den finns att hämta på ett utlämningsställe, när vill du helst hämta den??
BAS: Har e-handlat, 92%



Närhet och generösa öppettider viktigast för att välja utlämningsställe

För 96 procent av e-handelskonsumenterna är det mycket eller ganska viktigt att utlämningsstället ligger nära hemmet när de får välja vilket utlämningsställe de ska hämta en vara hos. För 66 procent är denna faktor mycket viktigt.

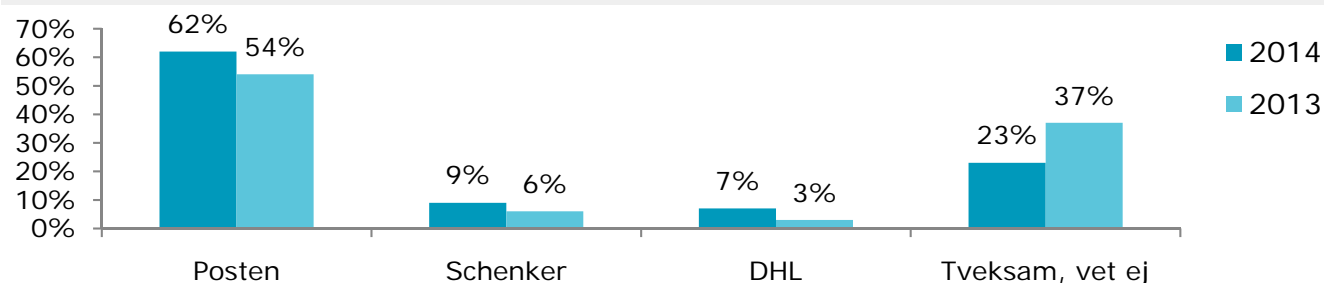
92 procent av konsumenterna tycker att generösa öppettider är mycket eller ganska viktigt. För 51 procent är det mycket viktigt.

Tre av fyra tycker att det viktigt att utlämningsstället ligger i en butik som de vanligtvis har ärenden till, och 39 procent tycker att det är viktigt vilken leverantör (Posten/PostNord, DHL eller Schenker) som utlämningsstället tillhör.

Det servicenät som flest konsumenter föredrar är Posten (62 procent), följt av Schenker (9 procent) och DHL (7 procent).

KONSUMENT: När du har handlat en vara på internet, och fått information om att den finns att hämta på ett utlämningsställe, från vilket servicenät vill du helst hämta varan?

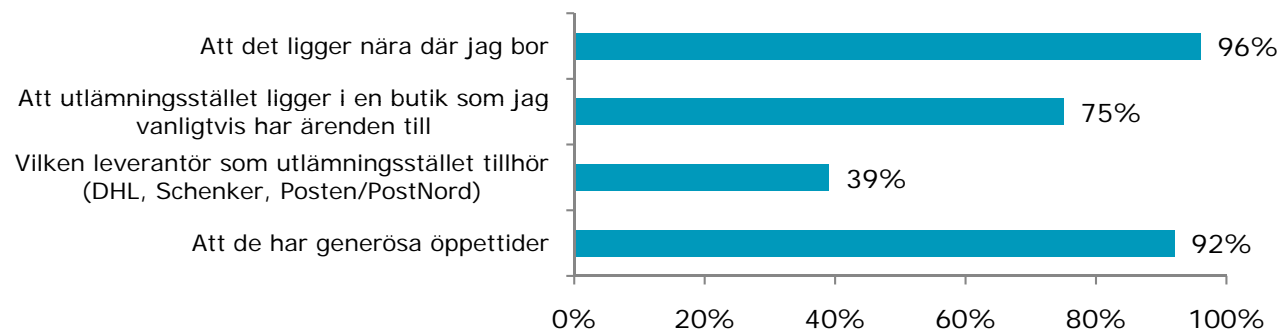
BAS: Har e-handlat, 92%



KONSUMENT: När du handlat en vara på internet, och får välja vilket utlämningsställe du ska hämta varan från, hur viktiga är följande faktorer för vilket utlämningsnät du väljer?

ANDEL SOM SVARAT MYCKET VIKTIGT ELLER GANSKA VIKTIGT

BAS: Har e-handlat, 92%



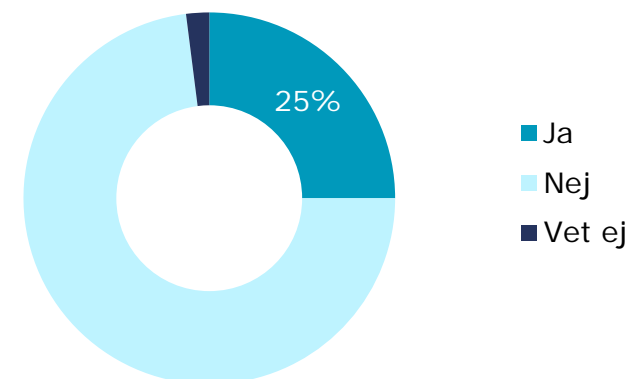
Konsumenterna tycker returhanteringen fungerar bra

Var fjärde e-handelskonsument returnerade en vara under 2013

25 procent av e-handelskonsumenterna returnerade minst en e-handlad vara under 2013. Konsumenterna är nöjda med hur företagen sköter returer. Hela 88 procent tycker det fungerar mycket eller ganska bra. Bara någon procent tycker att det fungerar ganska eller mycket dåligt.

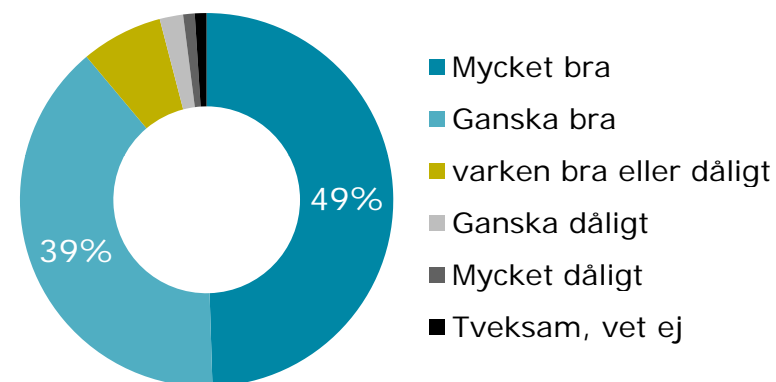
KONSUMENT: Har du någon gång under senaste året returnerat en vara du köpt på internet? (Frågan ställdes i januari 2014)

BAS: Har e-handlat, 92%



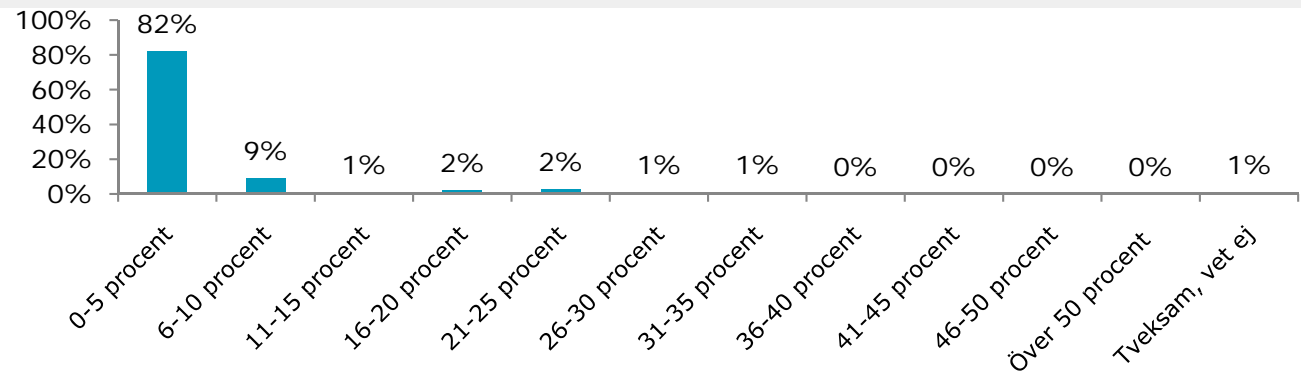
KONSUMENT: Hur tycker du att det fungerar att returnera varor som du har köpt på internet? (Frågan ställdes i januari 2014)

BAS: Har e-handlat, 92%

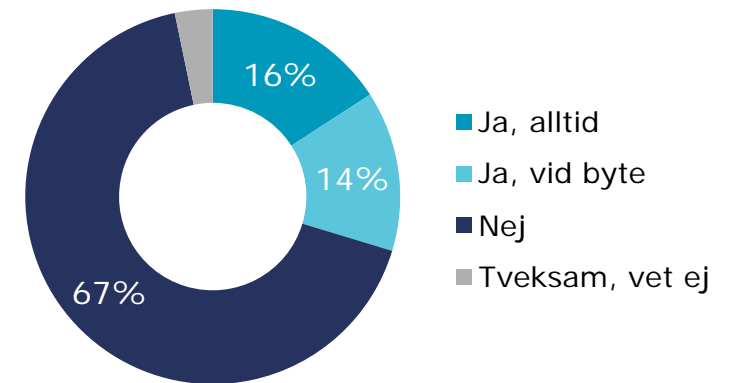


Returer är framförallt vanligt när det gäller kläder och skor. Företag som säljer dessa varor på nätet är sannolikt de som på frågan i e-barometern svarat att mellan 11 och 35 procent av alla leveranser returneras. Det är också sannolikt företag som säljer dessa varor som främst har svarat att de alltid erbjuder fria returer.

FÖRETAG: Hur stor andel av era leveranser uppskattar ni returneras?



FÖRETAG: Erbjuder ert företag fria returer?



E-BAROMETERN GES UT AV POSTNORD I
SAMARBETE MED SVENSK DIGITAL
HANDEL OCH HUI RESEARCH