



Pressmeddelande

Stockholm 5 december 2007

Skandinavisk e-handel omsätter 90 miljarder SEK – 13,1 miljoner skandinaver handlar på nätet

DIBS Payment Services (publ), som levererar betaltjänster för Internethandel och är listat på First North, har i samarbete med undersökningsföretaget Zapera genomfört den första samlade undersökningen av skandinavisk e-handel. Resultatet av undersökningen ger en profil av den genomsnittlige skandinaviske e-handelskunden och visar både skillnader och likheter mellan de tre länderna – köpare och säljare i alla länderna ser dock mycket positivt på e-handels framtida utveckling.

Det finns 13,1 miljoner aktiva konsumenter äldre än 15 år i Skandinavien som handlar över nätet idag. E-handeln omsätter ca 90 miljarder SEK under 2007 och genomsnittskunden köper för ca 7 500 SEK per år. Danskar och norrmän är mer aktiva konsumenter och i alla länder är det män mellan 35 och 54 år som handlar för högsta belopp.

Detta är bara några av resultaten i DIBS färskas e-handelsindex som offentliggörs idag. DIBS är marknadsledande inom betallösningar för internethandel i Norden och har låtit göra undersökningen i syfte att få en överblick över den skandinaviska e-handeln. DIBS hanterar idag mer än 6 500 kunders dagliga transaktioner till ett sammanlagt värde om 44 miljarder SEK.

Profil på en e-handelskonsument

Undersökningen visar bland annat på hur en typisk skandinavisk e-handelskonsument ser ut. Av resultatet framgår att det är en 25 – 34 åring som handlar oftast på nätet medan det är den 35 – 44 årige som lägger mest pengar på sina inköp. Omkring 3 av 10 av 35 – 44 åringarna har handlat för mer än 10 000 SEK de senaste 12 månaderna.

Män är de mest aktiva köparna medan kvinnors köp ökar mest. Män handlar dock för väsentligt mer pengar än kvinnor. 31% av männen har handlat för mer än 10 000 SEK det senaste året medan motsvarande siffra för kvinnor är 18 %.

Köparnas motiv till att handla via nätet är främst de lägre priserna, 66 % av konsumenterna uppger att lägre pris är en väsentlig faktor för att de skall handla. Ytterligare motiv är att man spar tid på att handla via nätet, att butikerna är öppna dygnet runt och att man har möjlighet att jämföra produkter och priser.

Avseende e-handelsbutikerna visar undersökningen att motivet till att de använder nätet som marknadsplats att de får tillgång till nya kundsegment och marknader. Vidare visade resultatet att 3 av 10 företag, 28 %, har en affärsidé som är helt och hållet skapad för e-handel. Bara 12 % av de tillfrågade företagen uppgav att skälet till att det etablerat en e-handel var för att det är en billig säljkanal.

Stora förväntningar på framtiden

Internetpenetrationen i Skandinavien, den höga omsättningen på e-handeln samt genomsnittsköpet är bland de högsta uppmätta i världen. Men det stannar inte vid det, mycket tyder på fortsatt utveckling och tillväxt. Undersökningen visar att både konsumenter samt e-handelsföretag förväntar sig fortsatt ökning av omsättning och utbud.

DIBS redovisade i sin senaste kvartalsrapport en ökning av kundernas transaktionsvärde på 44 % för det tredje kvartal 2007 jämfört med motsvarande period 2006. I analysen har konsumenterna och e-handelsföretagen redogjort för sina förväntningar för de kommande 12 månaderna. Här uppgav 46 % av konsumenterna att de tror att de kommer att öka sina inköp via nätet. 52 % av svenskarna uppgav att de de kommer att öka sina inköp och motsvarande för danskar och norrmän 45 % och 41 %.

Bland e-handelsföretagen är förväntningarna ännu högre. 88 % av företagen förväntar sig högre försäljning via internet under kommande 12 månader. 51 % förväntar sig en mindre ökning medan 37 % uppgav att de tror att ökningen blir väsentligt högre. De svenska e-handelsföretagen är de som ser mest positivt på framtiden, 94 % förväntar sig en ökad omsättning medan motsvarande tal för norska och danska var 90 % och 84 %.

Stora skillnader mellan branscher

Det är inte alla branscher som varit lika duktiga på att utnyttja fördelarna med e-handel. Resebranschen toppar listan på de som lyckats bäst, hela 61 % av konsumenterna har köpt en resa eller en flygbiljett via nätet de senaste 12 månaderna. Även upplevelseindustrin har lyckats väl, 47 % av konsumenterna har köpt biljett till teater, konsert, sport och dylikt de senaste 12 månaderna. Därefter följer på listan data- och elektronikprodukter, musik, film, böcker och telefonirelaterade produkter. Nederst på listan återfinns dagligvaruhandel som mat och dryck som 3 % av konsumenterna köpt de senaste 12 månaderna.

Om DIBS e-handelsindex

Undersökningen genomfördes under oktober och november och är den första samlade undersökningen om skandinavisk e-handel. Syftet med undersökningen är att ge en överblick över både konsumenters och e-handelsföretags beteenden. Undersökningen har genomförts av undersökningsföretaget Zapera och har genomförts med 3 000 intervjuer av konsumenter och 870 e-handelsföretag jämnt fördelat i Sverige, Danmark och Norge. DIBS e-handelsindex kommer att genomföras två gånger per år. Rapporten i sin helhet finns att tillgå på begäran.

För ytterligare information:

Eric Wallin, VD, tel. 08-527 525 03 alt. Mobil. 0703 297774 eller E-post: eric.wallin@dibs.se

Undersökningen finns även att tillgå på begäran via Mårten Granberg, tel. 070 764 01 00

Fakta

- Omsättningen av e-handel i de skandinaviska länderna under 2007 var ca 90 miljarder SEK. Fördelat på de tre länderna var omsättningen i Sverige 37 Miljarder SEK, 27 i Danmark och DKK 26 i Norge.
- Internetpenetrationen i Skandinavien är 84% fördelat på 86% i Sverige, 83% i Danmark och 81% i Norge.
- Det är 13,241 miljoner aktiva konsumenter över 15 år i Skandinavien fördelat på 6,504 miljoner svenskar, 3,679 miljoner danskar och 3,058 miljoner norrmän.
- En skandinavisk konsument köper i genomsnitt för 7 500 kr per år.
- 46% av de skandinaviska konsumenterna förväntas öka sina inköp kommande 12 månader.
- 88% av e-handelsföretagen förväntar sig ökad omsättning under de kommande 12 månaderna.