



E-handelsindikatorn

November 2025

SH Svensk
Handel

Ännu en stark e-handelsmånad

Svensk Handels E-handelsindikator skattar e-handels omsättning för november månad till 18,5 miljarder kronor. Det var en ökning med 3 procent jämfört med samma månad förra året.

Andelen konsumenter som e-handlade uppmättes till 77 procent vilket är den högsta andelen en enskild månad sedan mätningarna började 2020. Motsvarande andel i november 2024, och tidigare toppnotering, var 76 procent.

– De positiva tendenserna vi anat under en längre tid håller i sig. För sjätte månaden i rad ser vi en ökning jämfört med samma månad föregående år. Särskilt positivt för branschen är att intresset för att handla online aldrig varit större. Det bådar gott inför 2026, som spås bli ett år då ekonomin återhämtar sig, säger Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel.

Andelen som e-handlade från utlandet var hela 27 procent i november. Tidigare toppnotering, från april i år, var 24 procent. Mer än var tionde konsument e-handlade dessutom från de kinesiska lågprisaktörerna Temu och Shein.

– Det är mycket oroväckande att intresset för aktörer likt Temu och Shein fortsätter att öka. Utöver att riskera arbetstillfällen och skatteintäkter i Sverige, löper man som konsument också risk att köpa direkt farliga produkter. Det är positivt att man nu inför en tullavgift i EU, men den hade behövt vara betydligt högre för att göra skillnad. Det är uppenbart att vi har en lång väg att vandra innan konkurrens kan ske på lika villkor, säger Per Ljungberg.



De positiva tendenserna vi anat
under en längre tid håller i sig

Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel

Innehåll

1. Total utveckling
2. Utveckling per varukategori
3. Leveranser och e-handel från utlandet
4. Metodbeskrivning

Om rapporten

Svensk Handels E-handelsindikator skattar e-handels omsättning för november månad till 18,5 miljarder kronor. Det är en ökning med 3 procent jämfört med november 2024.

77 procent av konsumenterna e-handlade. Den sammanlagda genomsnittliga köpesumman skattades till 2 867 kronor.



Särskilt positivt för branschen är att intresset för att handla online aldrig varit större

Per Ljungberg, innovationschef på Svensk Handel

November 2025

18,5 mdkr

Omsättning

3%

Utveckling jämfört med november 2024

Ackumulerat 2025, januari till och med november

148 mdkr

Omsättning

3%

Utveckling jämfört med samma period 2024

Andel konsumenter som e-handlat

77%

November 2025

76%

November 2024

1.

Total utveckling

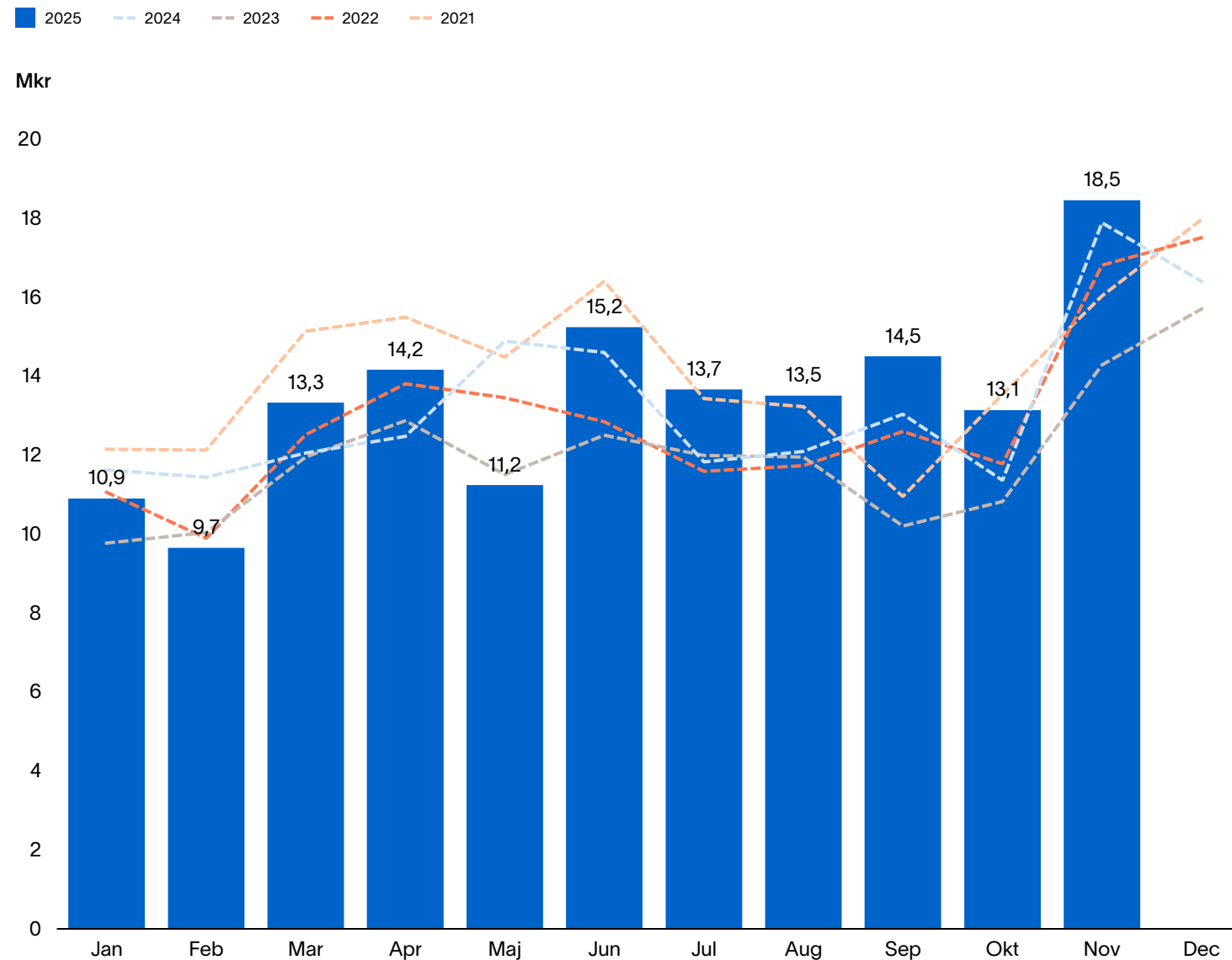


Total utveckling

Total omsättning i e-handeln

Den totala omsättningen i e-handeln i november från privatkonsumtion skattades till 18,5 miljarder kronor. Det var en ökning från 17,9 miljarder kronor samma månad förra året. Skattningen för november är den högsta för en novembermånad sedan 2020.

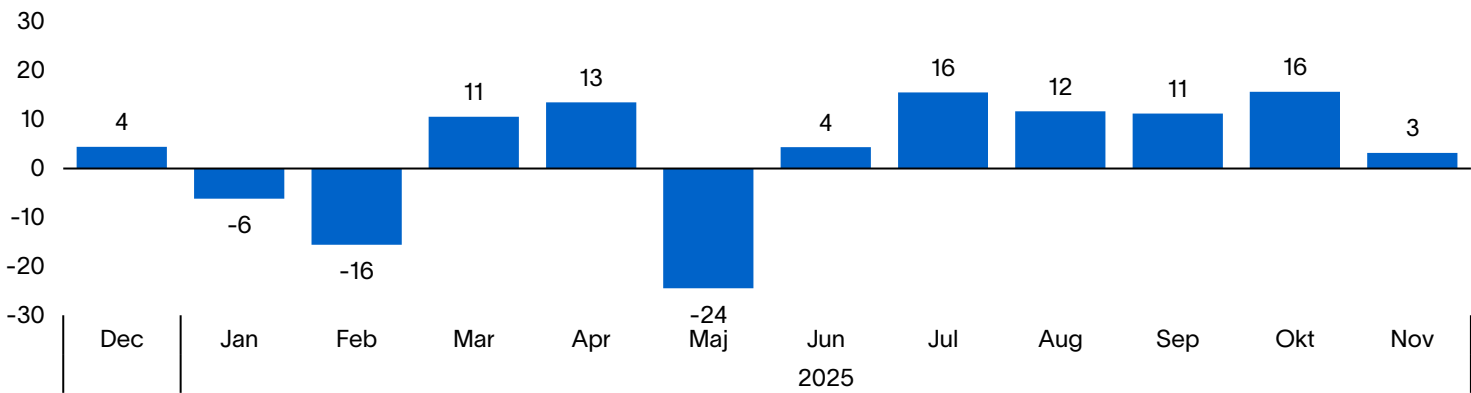
Total omsättning per månad i miljarder kronor



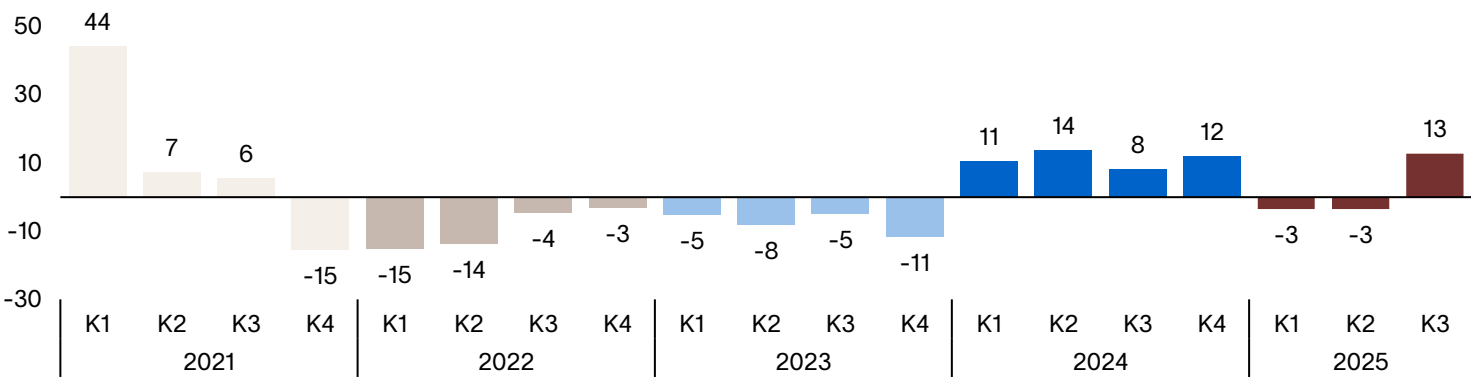
Total omsättnings- utveckling i e-handeln

Omsättningen i e-handeln ökade med 3 procent i november 2025 jämfört med samma månad 2024. Det var sjätte månaden i rad med positiva tillväxttal. Kraften i omsättningstillväxten avtog dock något efter fyra raka månader med tvåsiffrig tillväxt. Detta kan delvis förklaras med höga jämförelsetal från november 2024.

Omsättningsutveckling jämfört med samma månad förra året, procent



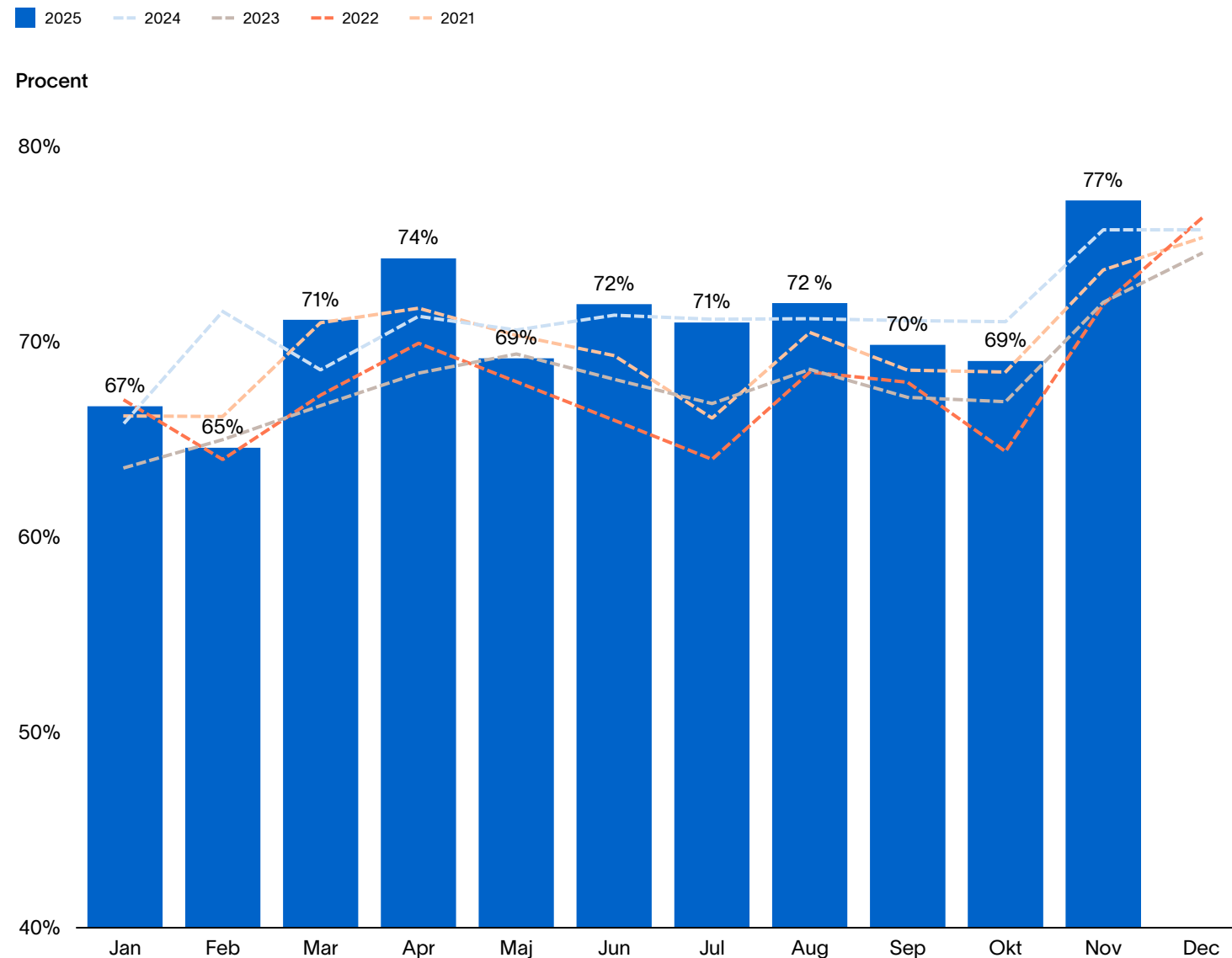
Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Andel konsumenter som e-handlat

77 procent av konsumenterna i åldrarna 18-89 år e-handlade i november 2025 enligt Svensk Handels mätning. Det var en procentenhet högre än i novembermätningen 2024 och den högsta uppmätta andelen sedan mätningarna startade i januari 2020.

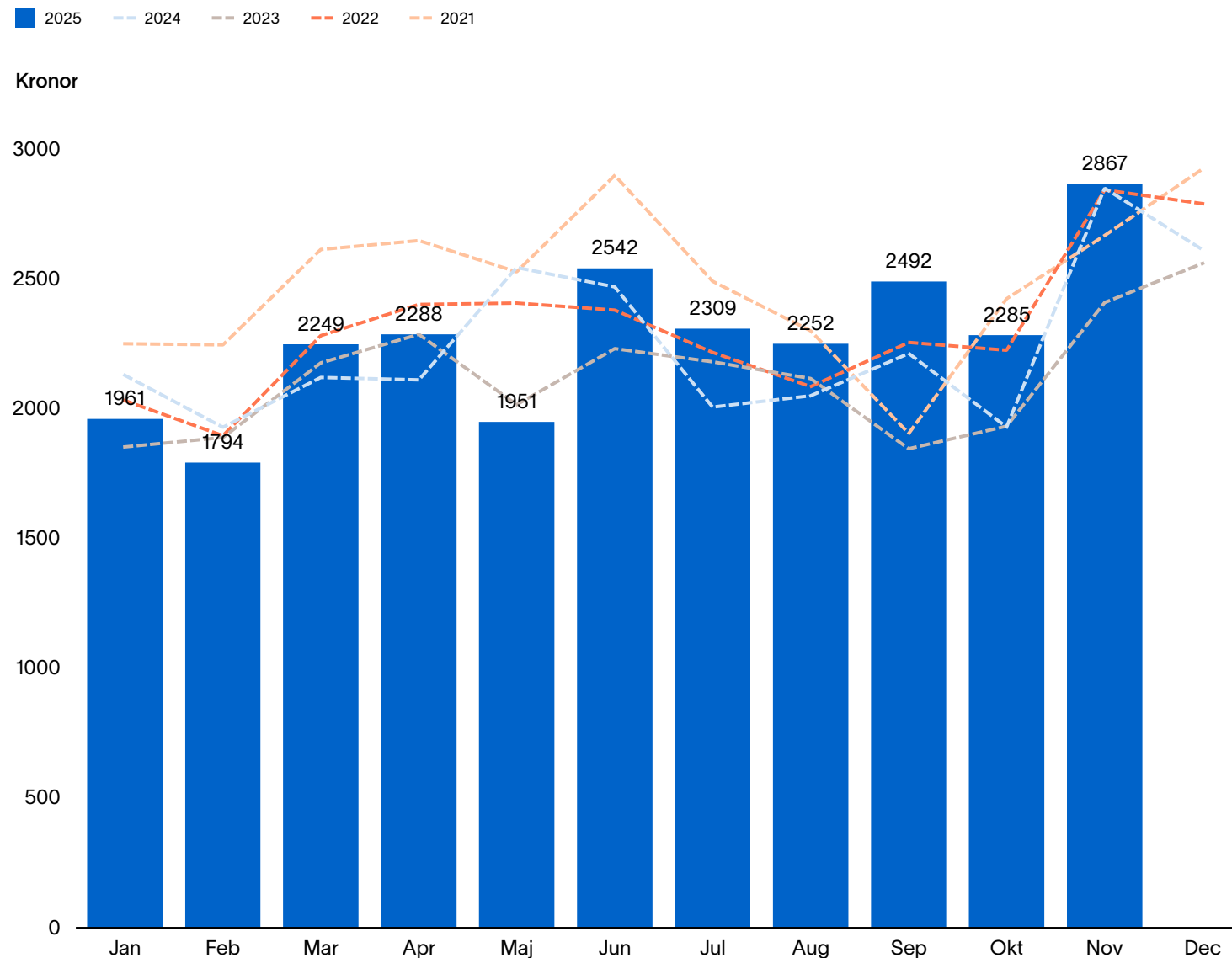
Andel konsumenter (18-89 år) som e-handlat per månad



Genomsnittlig köpesumma per e-handelskonsument

Den genomsnittliga totala köpesumman för hela månaden per e-handelskonsument uppmättes i november till 2 867 kronor. Det är bara marginellt högre än förra årets novembermätning på 2 851 kronor. Ökningen i den skattade totalomsättningen i november drivs därmed främst av att fler e-handlade.

Genomsnittlig total köpesumma per månad och e-handelskonsument



2.

Utveckling per varukategori



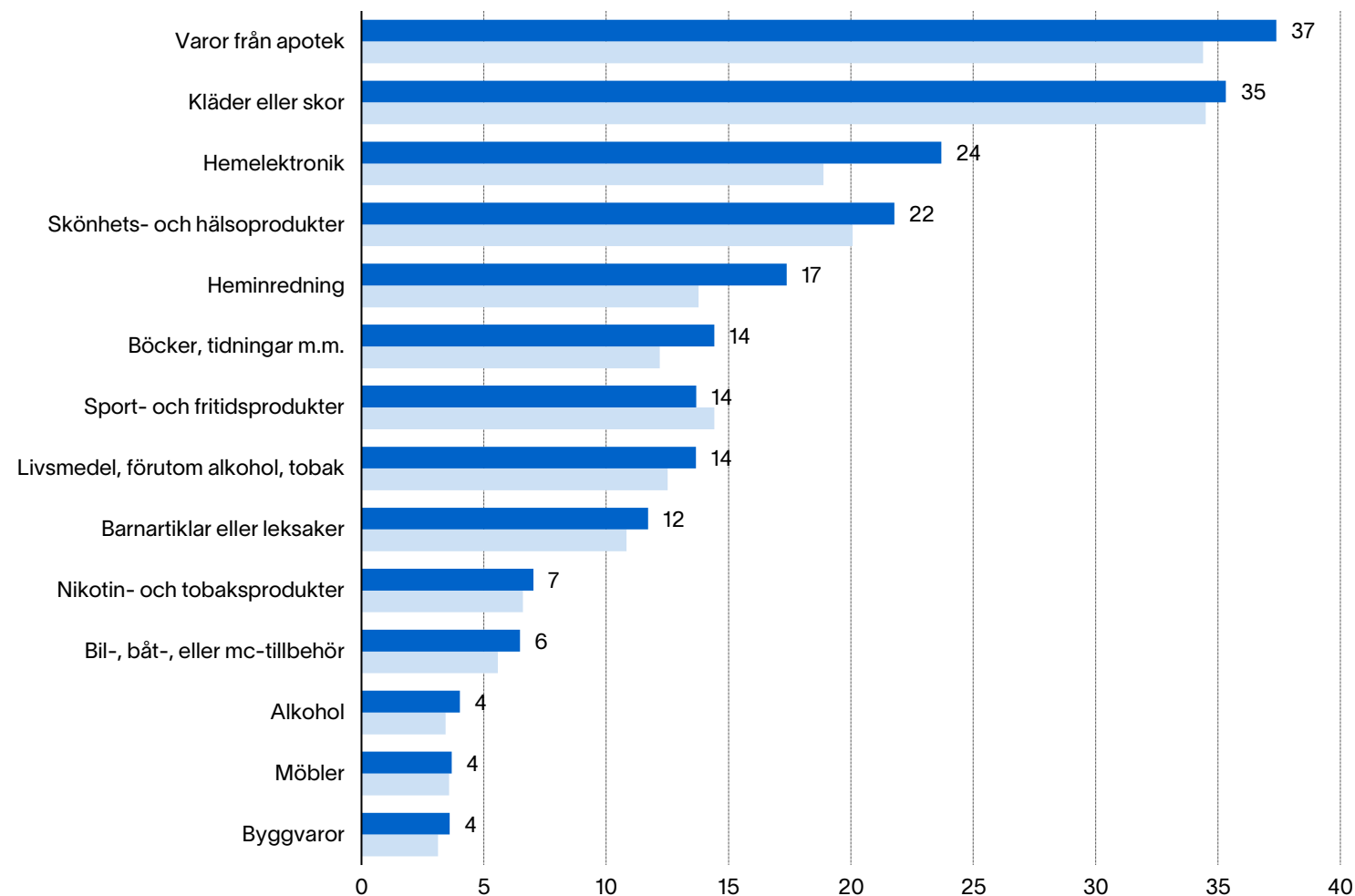
Andel konsumenter som e-handlat per varukategori

Hemelektronik är en varukategori som just nu uppvisar en stark försäljningsutveckling både på nätet och i fysisk butik. Elektronikhandeln har alltid en av sina starkaste försäljningsmånader i november på grund av Black Friday-rean. I år steg dessutom andelen som e-handlade i kategorin kraftigt jämfört med förra året, från 19 procent av konsumenterna i november 2024 till 24 procent av konsumenterna samma månad i år.

Andel konsumenter som e-handlat per varukategori, november 2025 jämfört med samma månad 2024

■ November 2025 ■ November 2024

Procent



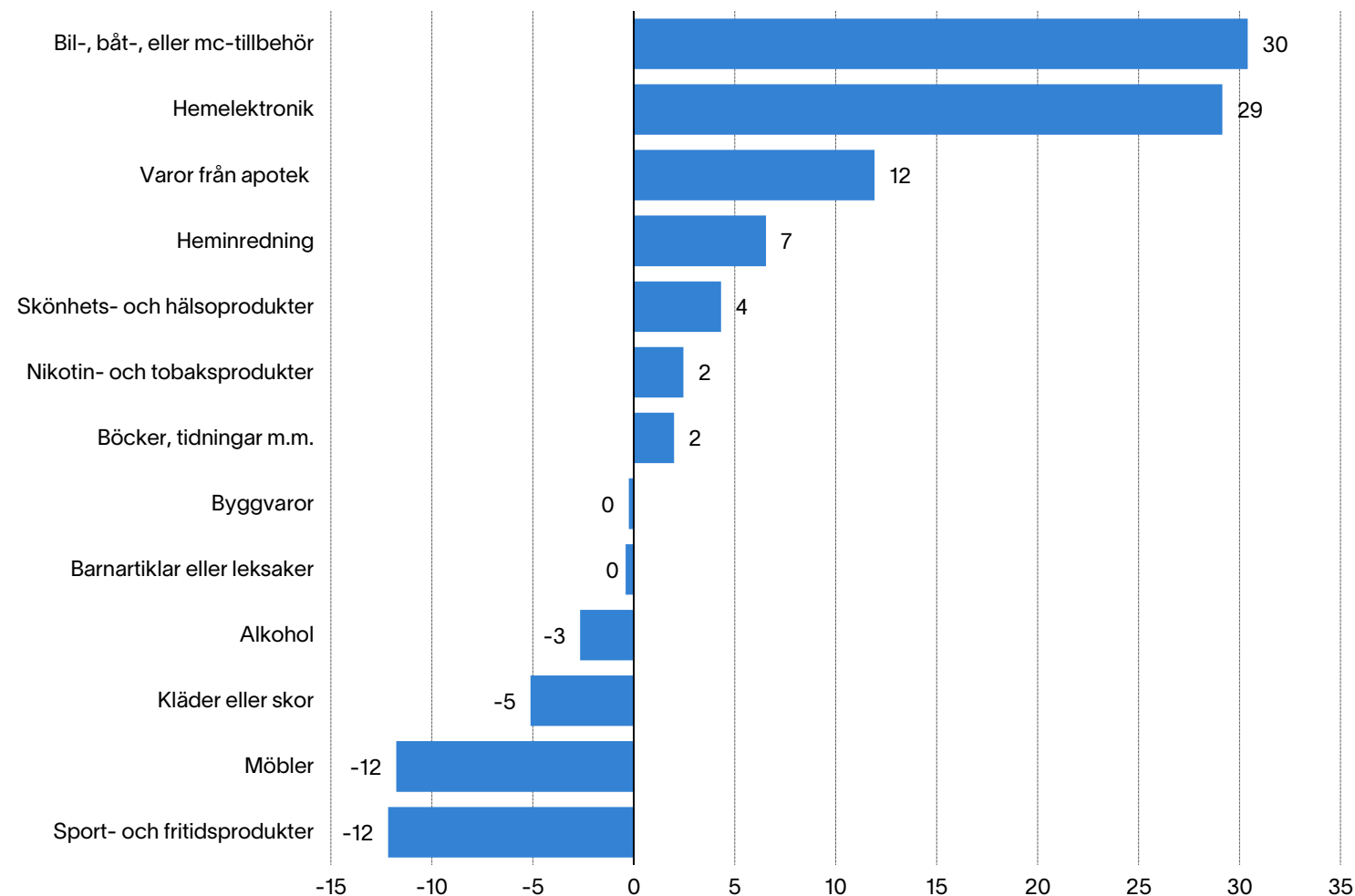
Omsättnings- utveckling hittills i år i e-handeln per varukategori

Till och med november i år är bil-, båt- och mc-tillbehör och hemelektronik de varukategorier som växt mest i omsättning jämfört med samma period förra året följt av varor från apotek och heminredning. Ett fåtal varukategorier har fortsatt negativ utveckling så här långt under året. Möbelhandeln på nätet har utvecklats positivt under andra halvan av 2025 men inte tillräckligt för att kompensera för den svagare utvecklingen under första halvåret. Kläder och skor hade en svag novembermånad på nätet och står kvar på negativa tillväxttal när vi går i den för handeln så viktiga decembermånaden.

Omsättningsutveckling per varukategori januari-november 2025 jämfört med samma period 2024

■ Januari till november 2025

Procent



Barnartiklar eller leksaker



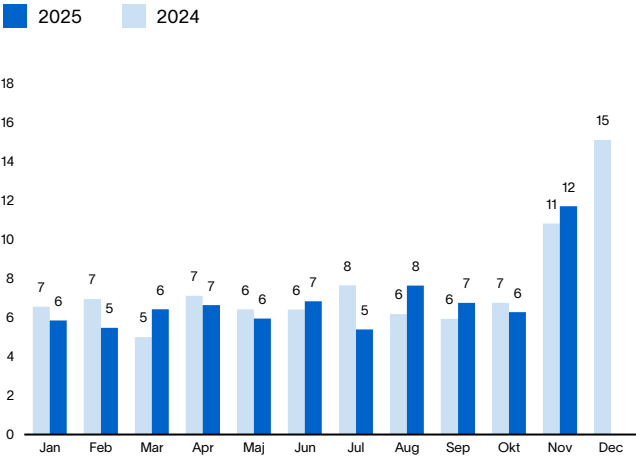
12 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 11 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 515 kronor. Det är en ökning från 479 kronor samma kvartal förra året.

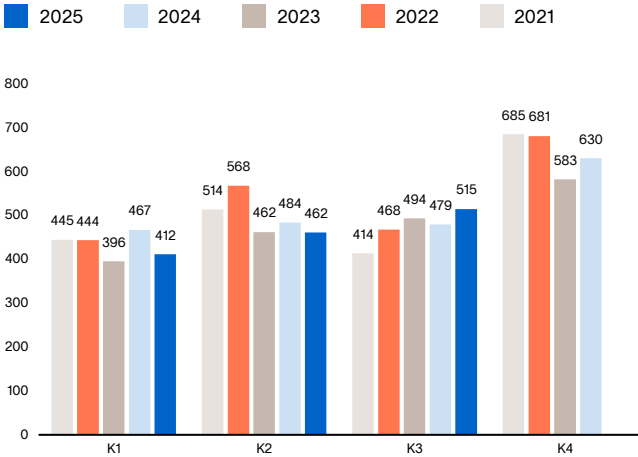
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 3,2 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 9 procent jämfört med samma kvartal förra året.

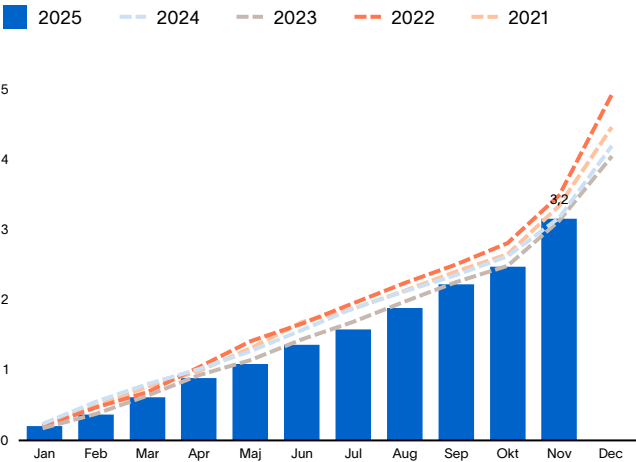
Andel som e-handlat per månad



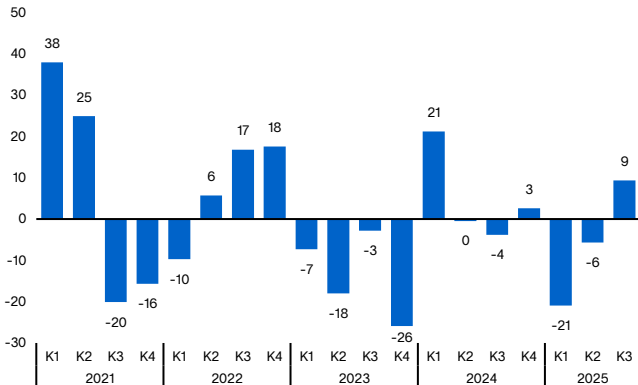
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Bil-, båt-, eller mc-tillbehör



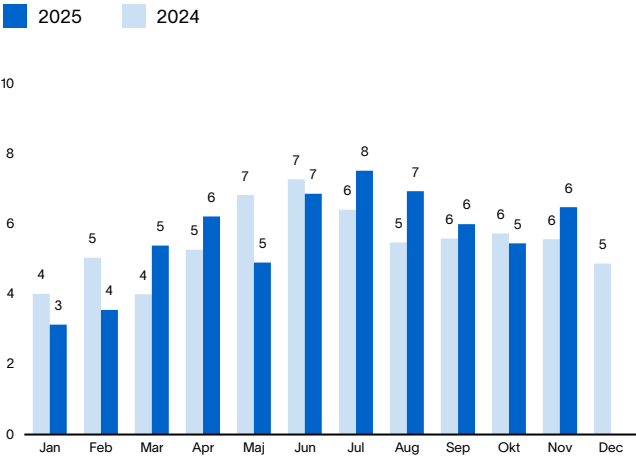
6 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin i november månad. Det är en lika hög andel som förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 2 004 kronor. Det är en ökning från 1 237 kronor samma kvartal förra året.

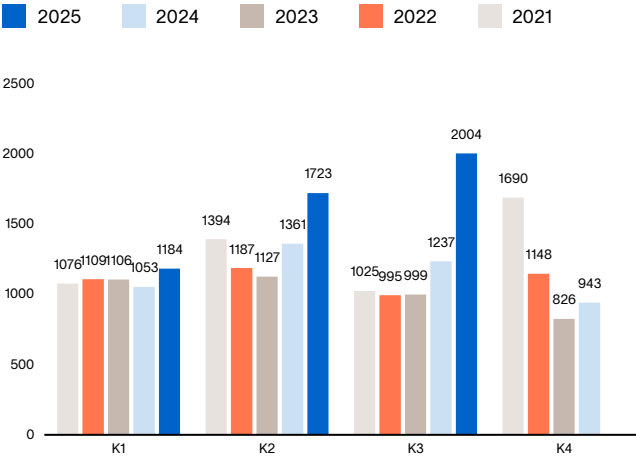
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 8,1 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 75 procent jämfört med samma kvartal förra året.

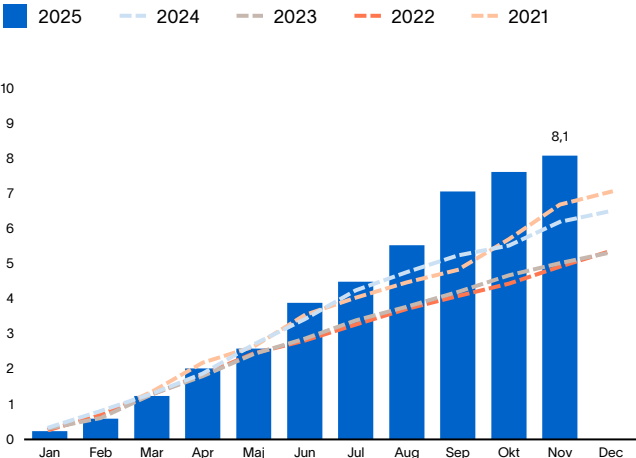
Andel som e-handlat per månad



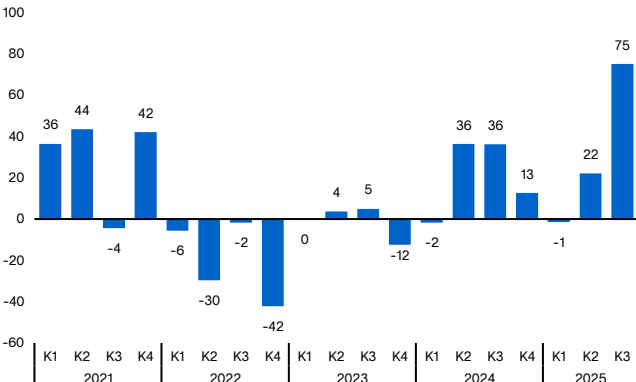
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Byggvaror



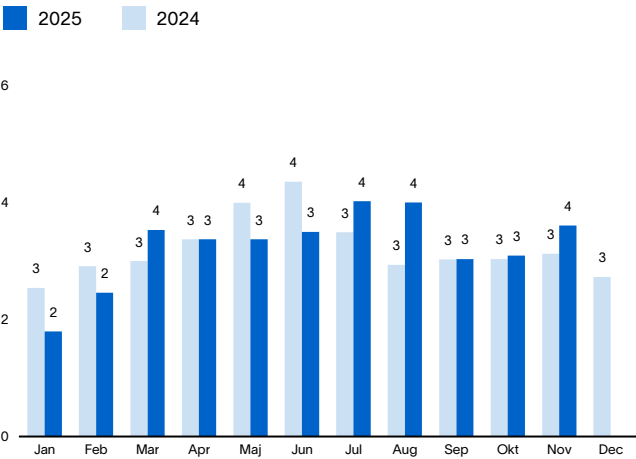
4 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 3 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 2 362 kronor. Det är en minskning från 3 341 kronor samma kvartal förra året.

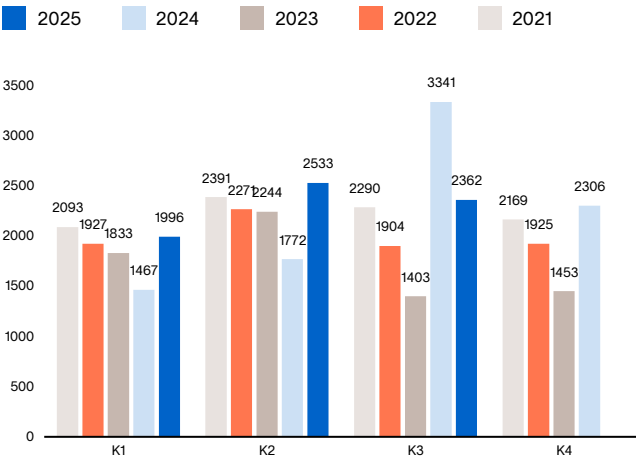
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 6,7 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 27 procent jämfört med samma kvartal förra året.

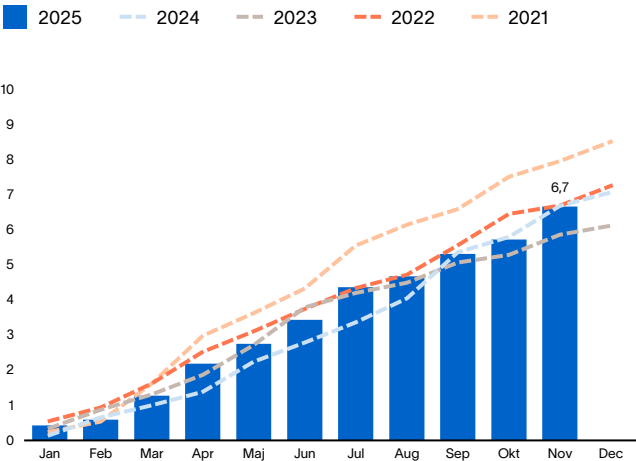
Andel som e-handlat per månad



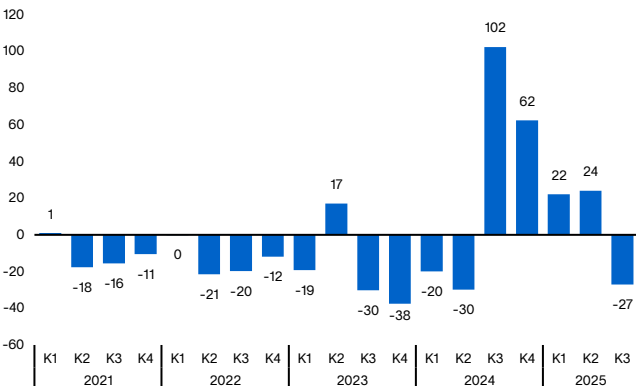
Genomsnittligt köpbelopp



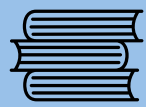
Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Böcker, tidningar, musik eller film



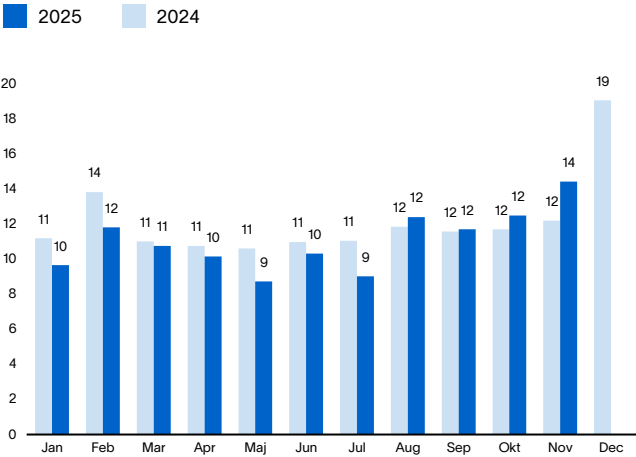
14 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 12 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 450 kronor. Det är en ökning från 416 kronor samma kvartal förra året.

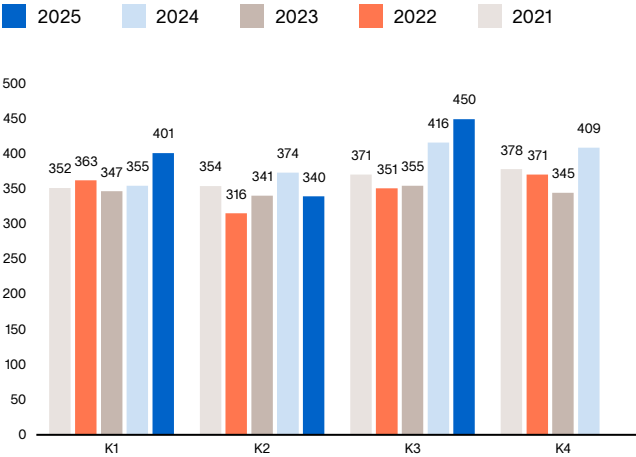
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till 4,2 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 9 procent jämfört med samma kvartal förra året.

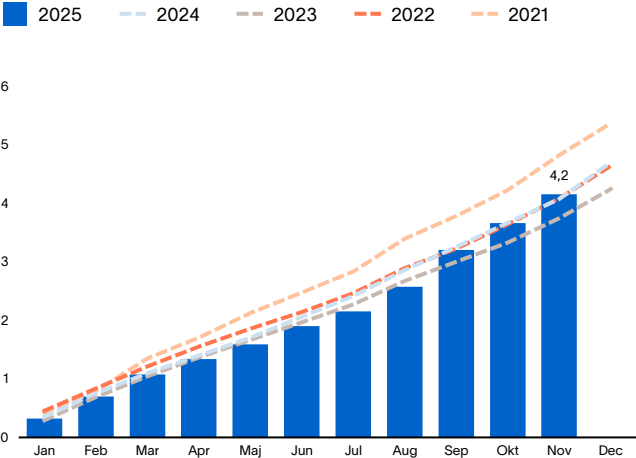
Andel som e-handlat per månad



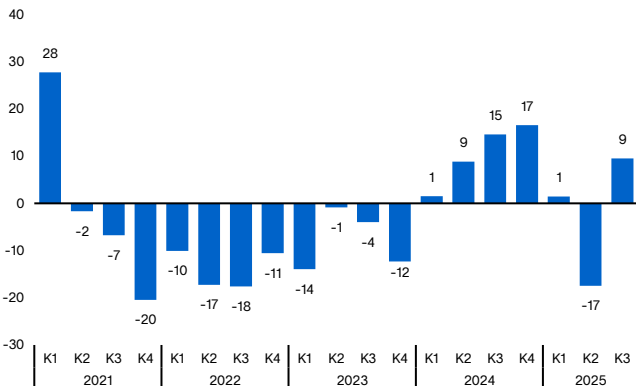
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Hemelektronik



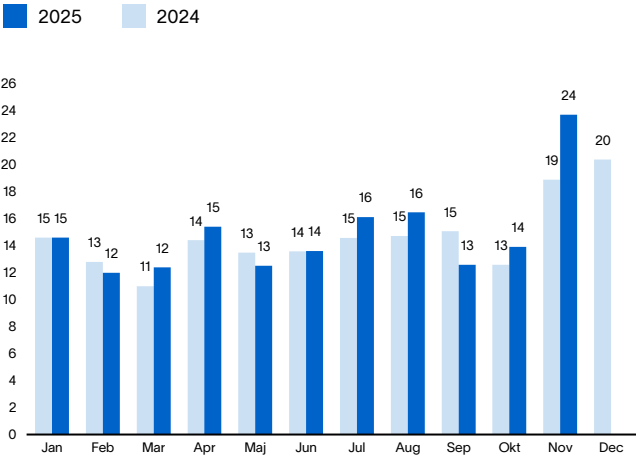
24 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 19 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 1 585 kronor. Det är en ökning från 1 287 kronor samma kvartal förra året.

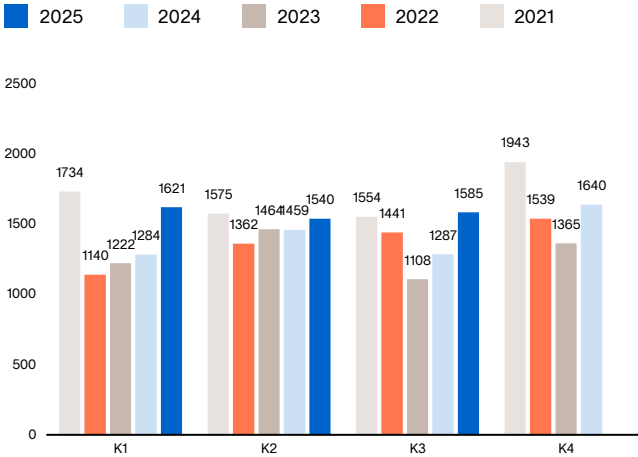
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 24,2 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 32 procent jämfört med samma kvartal förra året.

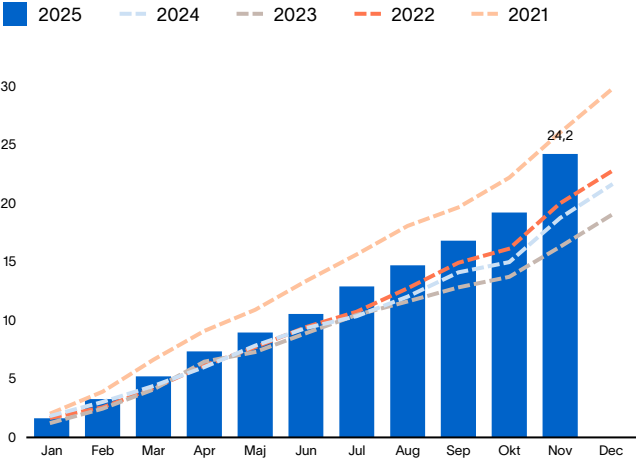
Andel som e-handlat per månad



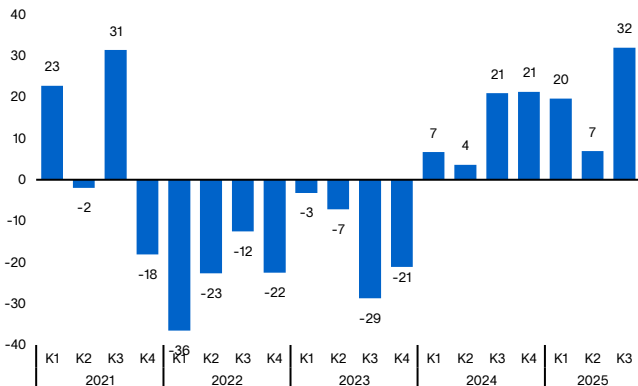
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Heminredning



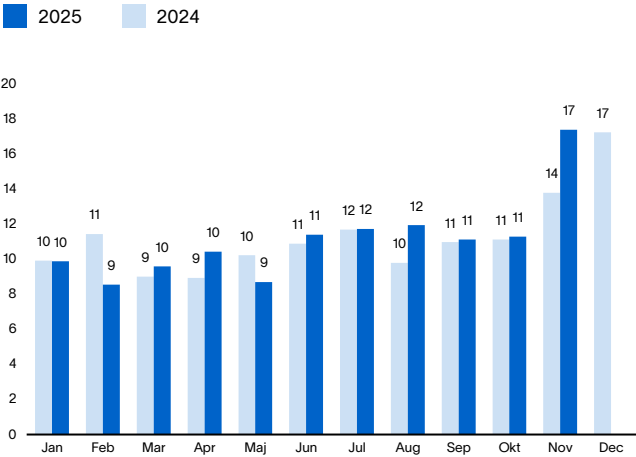
17 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 14 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 611 kronor. Det är en ökning från 571 kronor samma kvartal förra året.

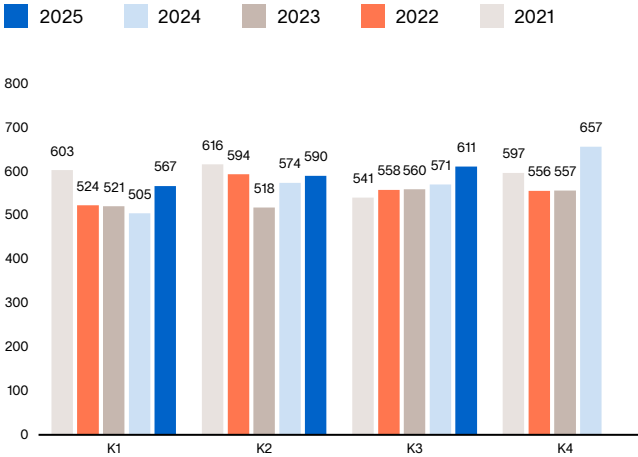
Ackumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 6 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 15 procent jämfört med samma kvartal förra året.

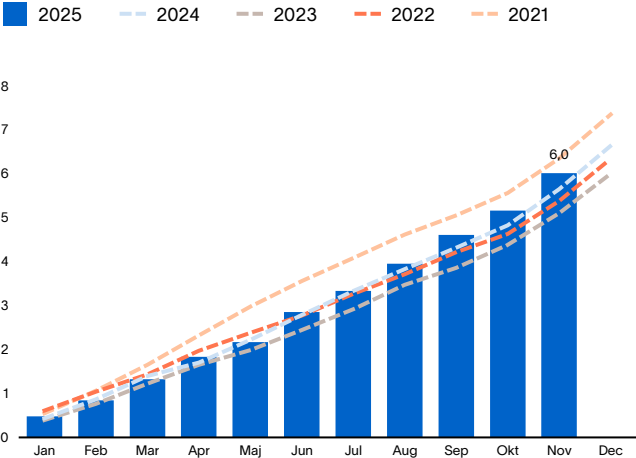
Andel som e-handlat per månad



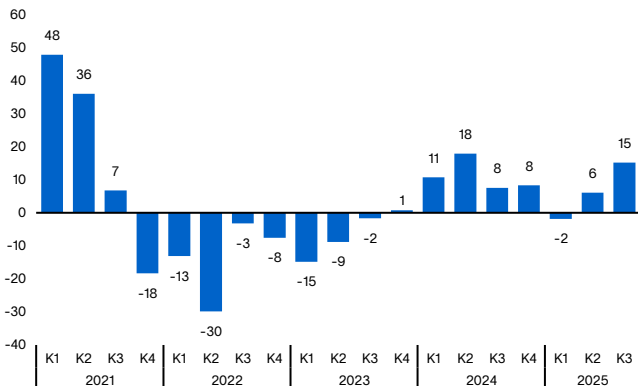
Genomsnittligt köpbelopp



Ackumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Möbler



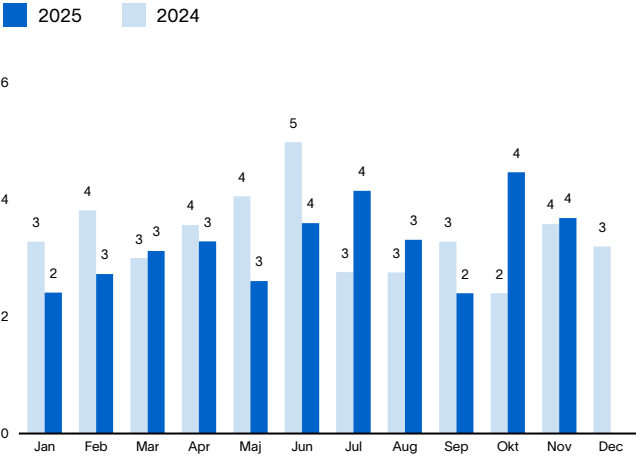
4 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin i november månad. Det är en lika hög andel som förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 3 135 kronor. Det är en ökning från 2 289 kronor samma kvartal förra året.

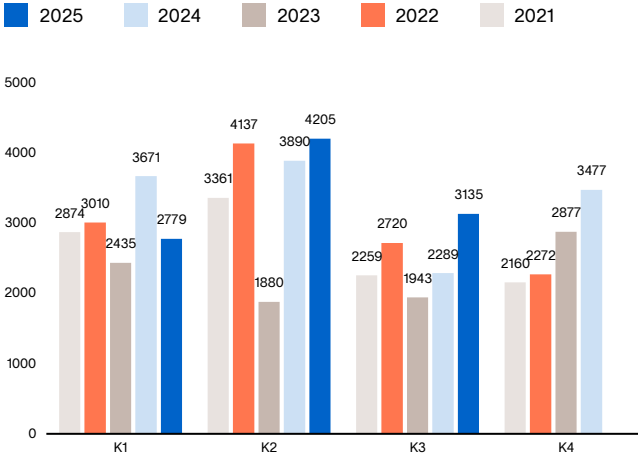
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 9,9 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 72 procent jämfört med samma kvartal förra året.

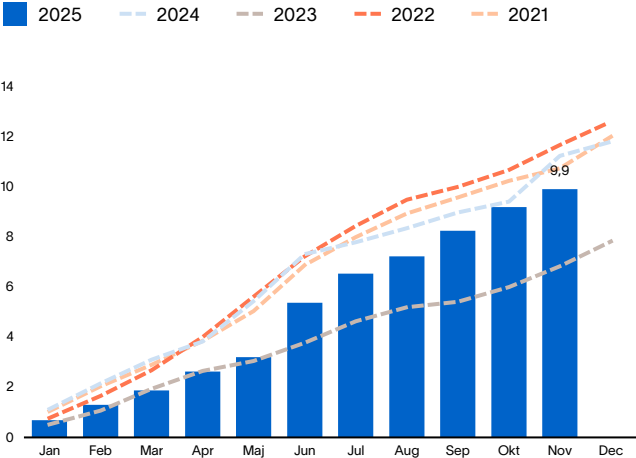
Andel som e-handlat per månad



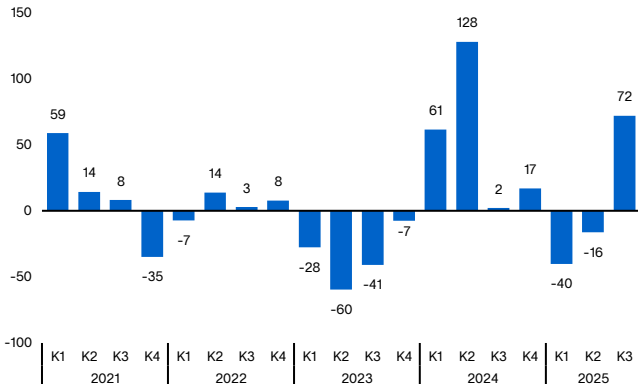
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Kläder och skor



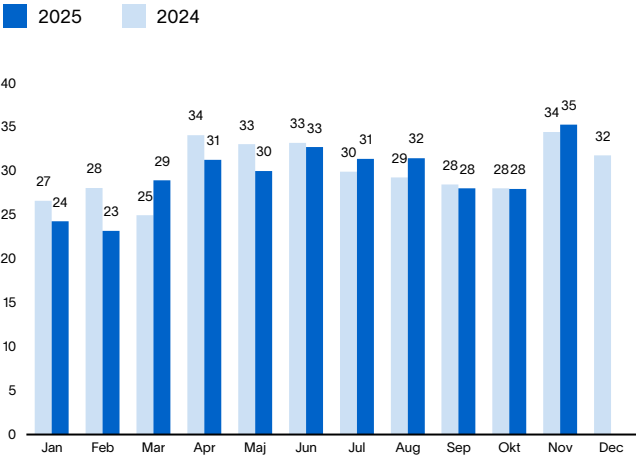
35 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 34 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 995 kronor. Det är en ökning från 956 kronor samma kvartal förra året.

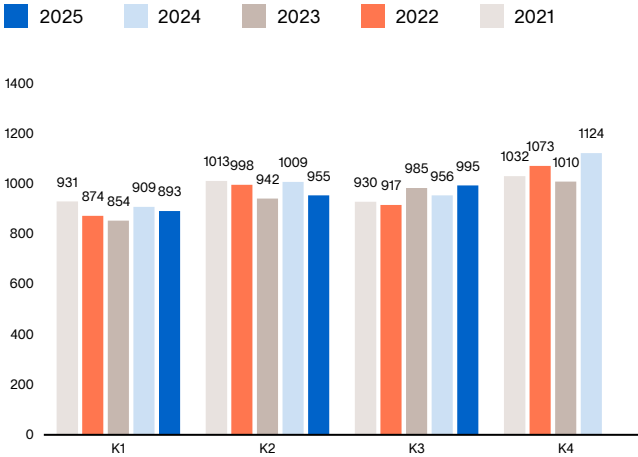
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 26 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 10 procent jämfört med samma kvartal förra året.

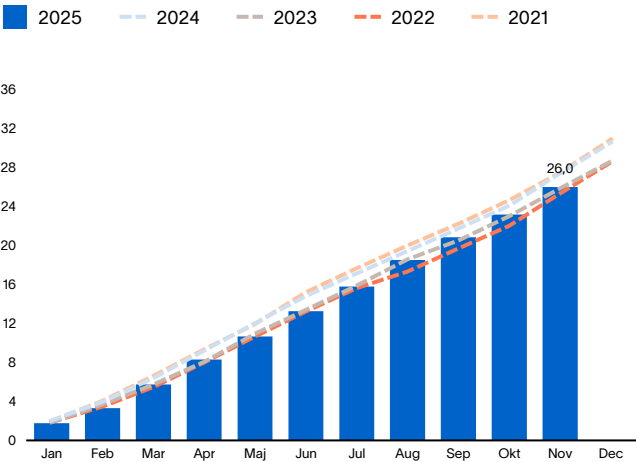
Andel som e-handlat per månad



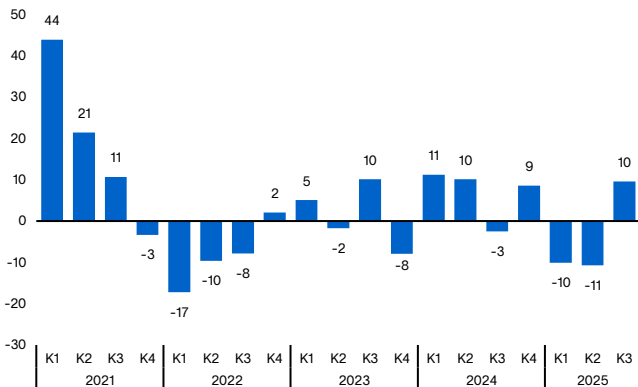
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Varor från apotek



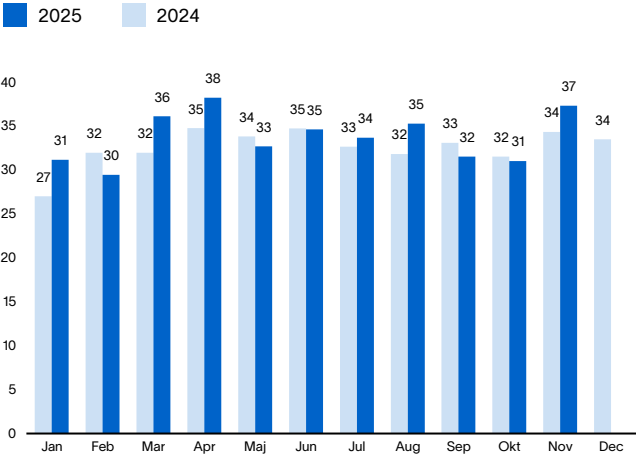
37 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 34 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 441 kronor. Det är en ökning från 419 kronor samma kvartal förra året.

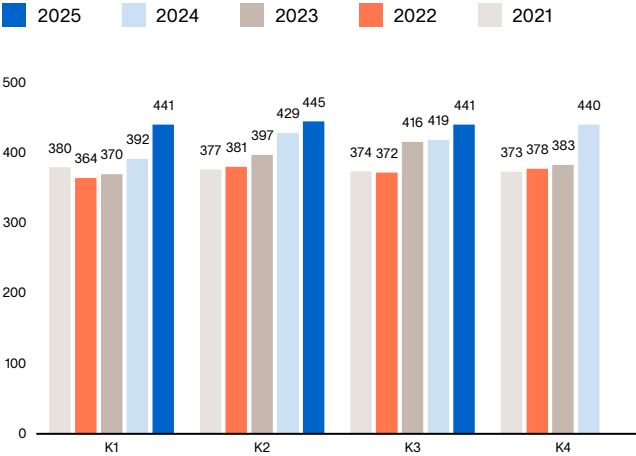
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 13,9 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 13 procent jämfört med samma kvartal förra året.

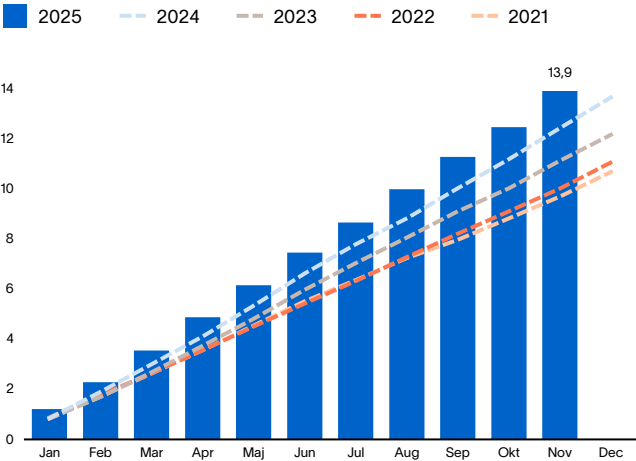
Andel som e-handlat per månad



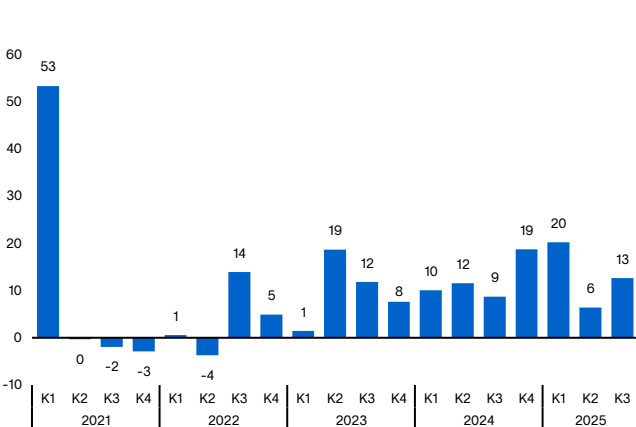
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Skönhet och hälsa



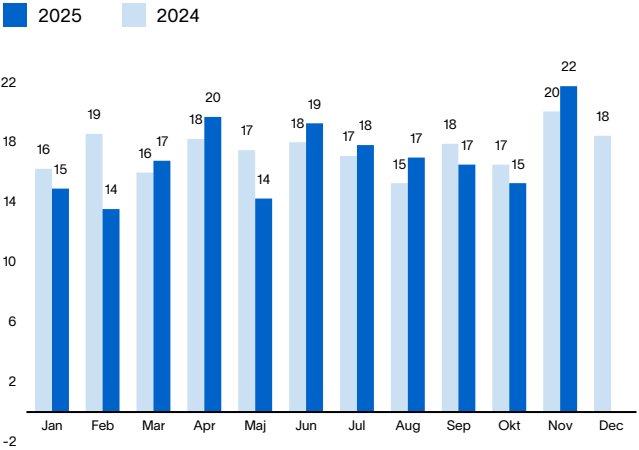
22 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 20 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 458 kronor. Det är minskning från 472 kronor samma kvartal förra året.

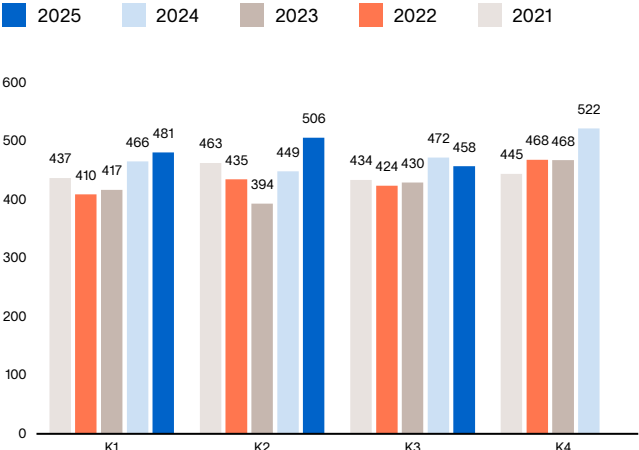
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 7,7 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 4 procent jämfört med samma kvartal förra året.

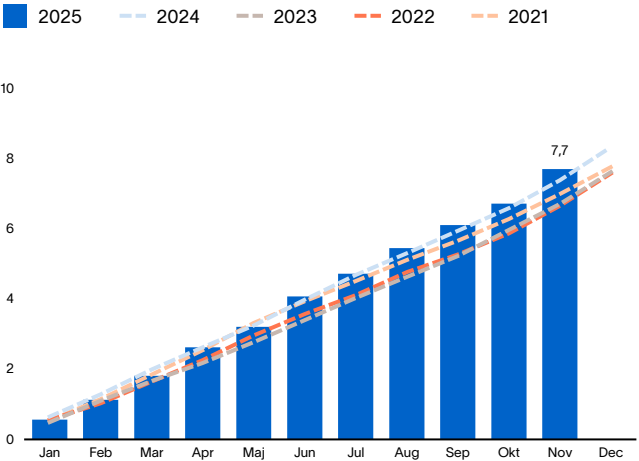
Andel som e-handlat per månad



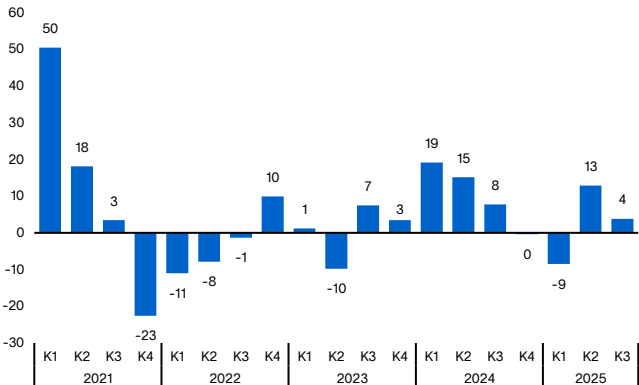
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Sport



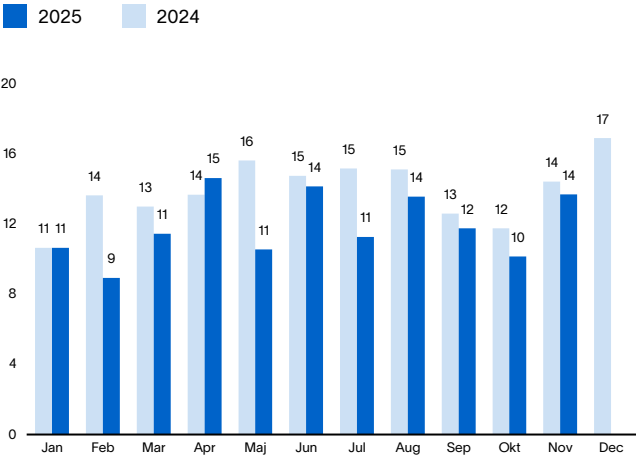
14 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin i november månad. Det är en lika hög andel som förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 677 kronor. Det är en lika hög uppmätt summa som samma kvartal förra året.

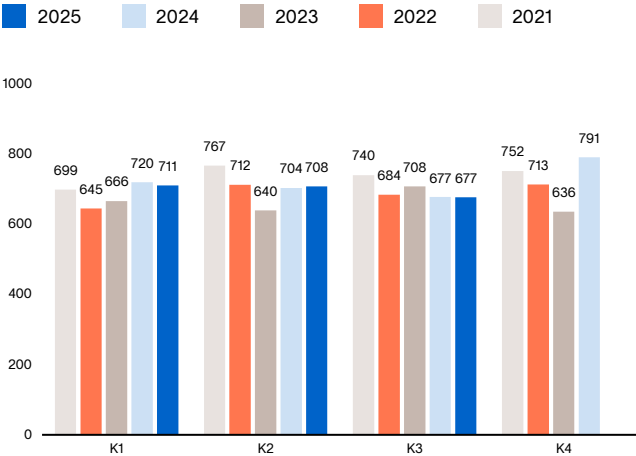
Ackumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 7,9 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 minskade omsättningen i kategorin med 18 procent jämfört med samma kvartal förra året.

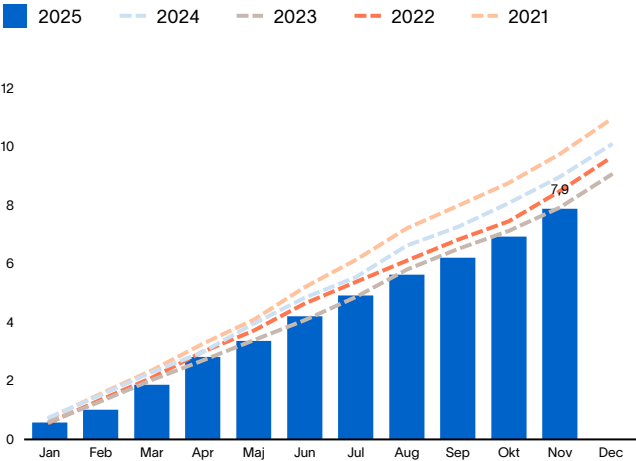
Andel som e-handlat per månad



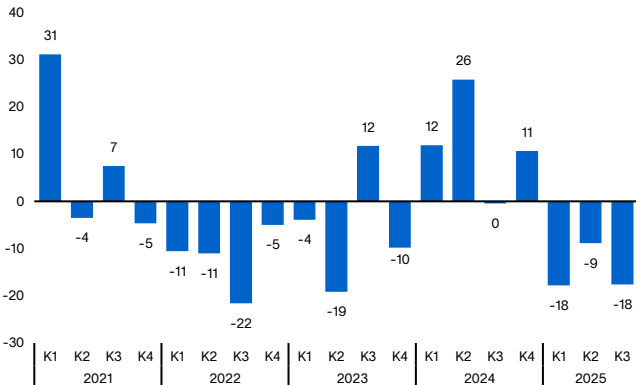
Genomsnittligt köpbelopp



Ackumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Alkohol



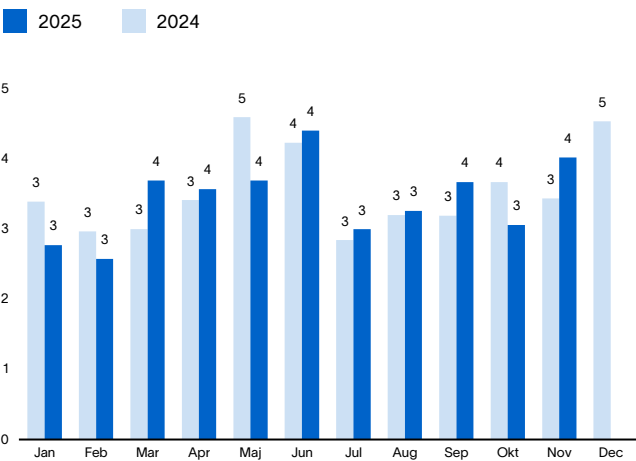
4 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin jämfört med 3 procent samma månad förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 929 kronor. Det är en ökning från 820 kronor samma kvartal förra året.

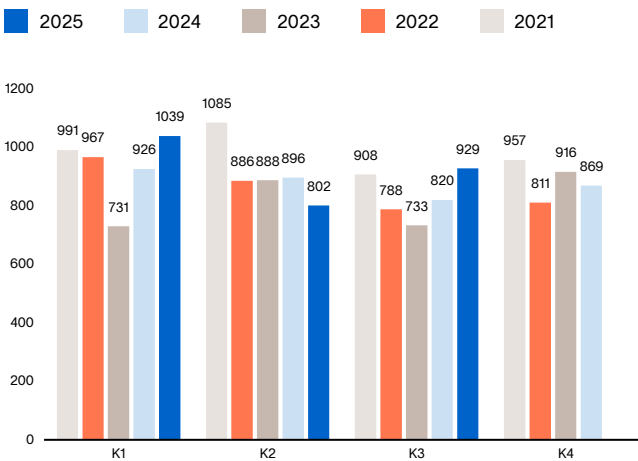
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 2,7 miljarder kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 9 procent jämfört med samma kvartal förra året.

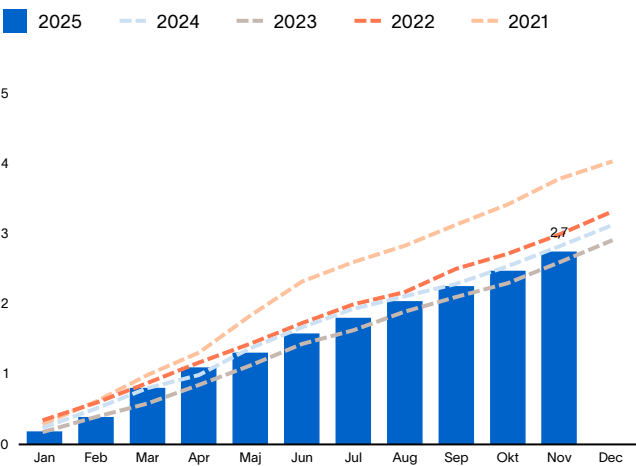
Andel som e-handlat per månad



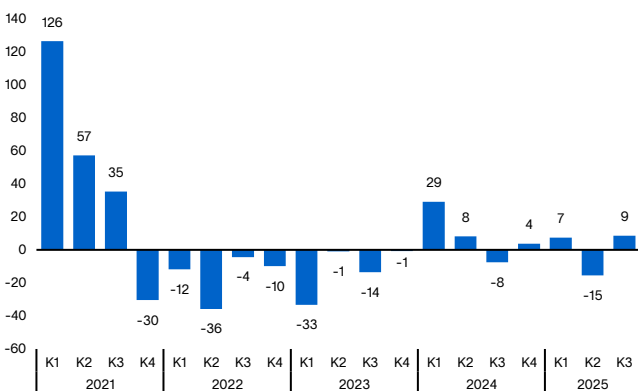
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



Nikotin- och tobaksprodukter



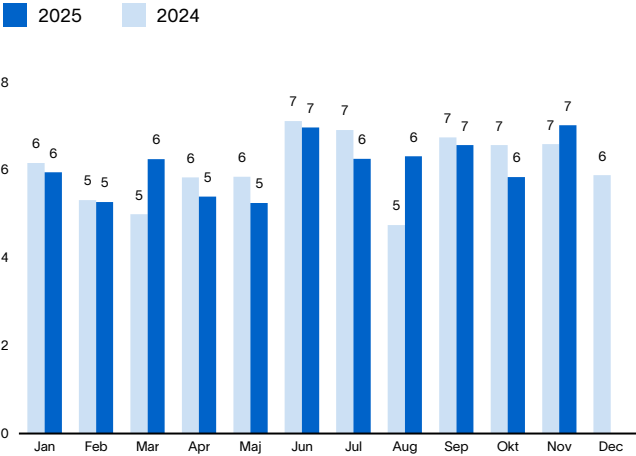
7 procent av konsumenterna e-handlade i kategorin i november månad. Det är en lika hög andel som förra året.

Den genomsnittliga köpesumman för hela månaden per konsument som handlat i kategorin uppmättes under tredje kvartalet 2025 till 810 kronor. Det är en ökning från 719 kronor samma kvartal förra året.

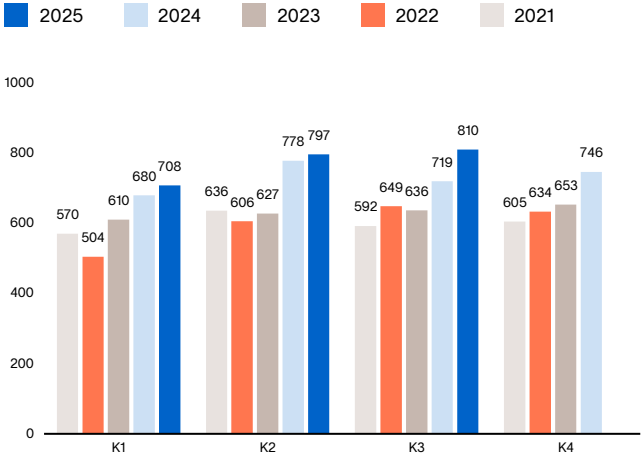
Akkumulerat hittills under 2025 skattas omsättningen till cirka 4,2 miljard kronor.

Tredje kvartalet 2025 ökade omsättningen i kategorin med 6 procent jämfört med samma kvartal förra året.

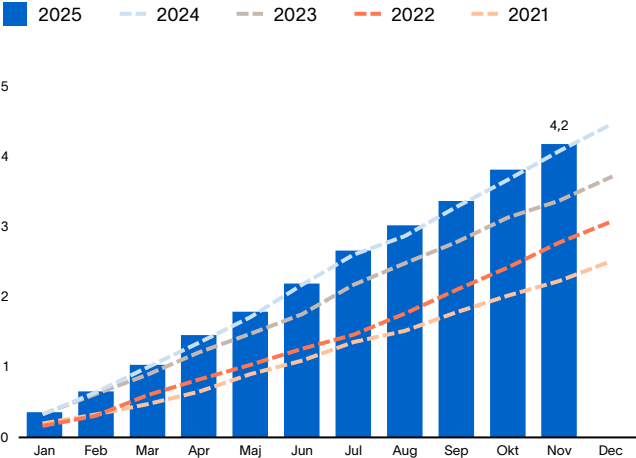
Andel som e-handlat per månad



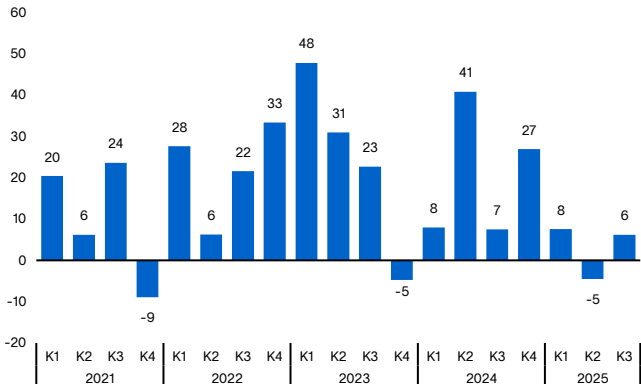
Genomsnittligt köpbelopp



Akkumulerad omsättning hittills i år



Omsättningsutveckling jämfört med samma kvartal förra året, procent



3.

Leveranser och e-handel från utlandet



Andel som e-handlat från utlandet

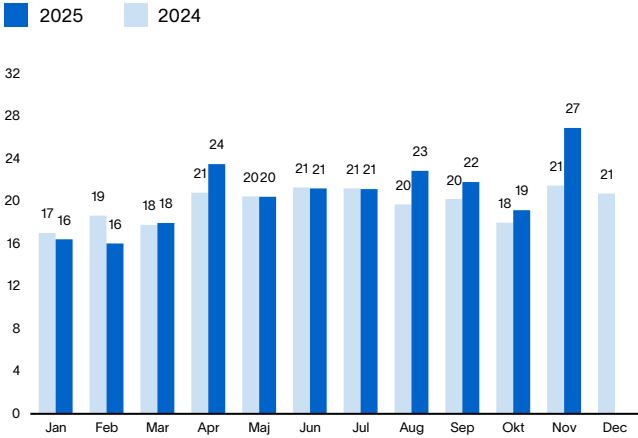
27 procent av konsumenterna e-handlade varor från utlandet i november. Det var med god marginell den högsta andelen sedan mätningarna startade i januari 2020. Motsvarande andel i november 2024 var 21 procent och tidigare högsta notering var 24 procent från april i år. En förklaring till ökningen är e-handel från kinesiska lågprisaktörer. 11 procent av konsumenterna angav att de e-handlat från Temu eller Shein i november.

Den vanligaste varukategorin som e-handlades från utlandet i november var kläder och skor, som e-handlades av 10 procent av konsumenterna i mätningen. Hemelektronik var den näst vanligaste varukategorin som e-handlades från utlandet.

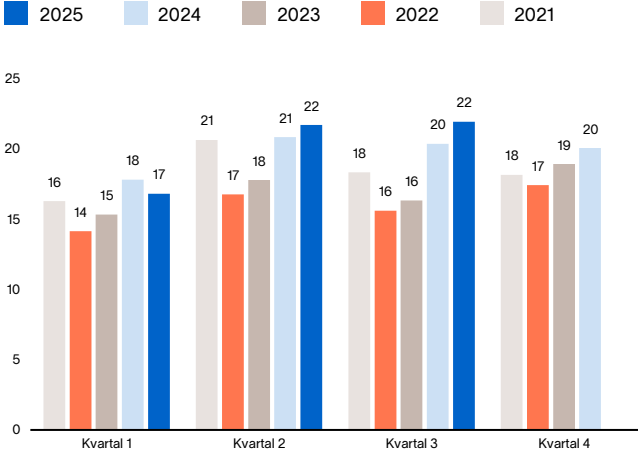
Andel konsumenter som e-handlat varor från utlandet, per varukategori



Andel konsumenter som e-handlat varor från utlandet, per månad



Andel konsumenter som e-handlat varor från utlandet, per kvartal



Leveranser av e-handelsköp

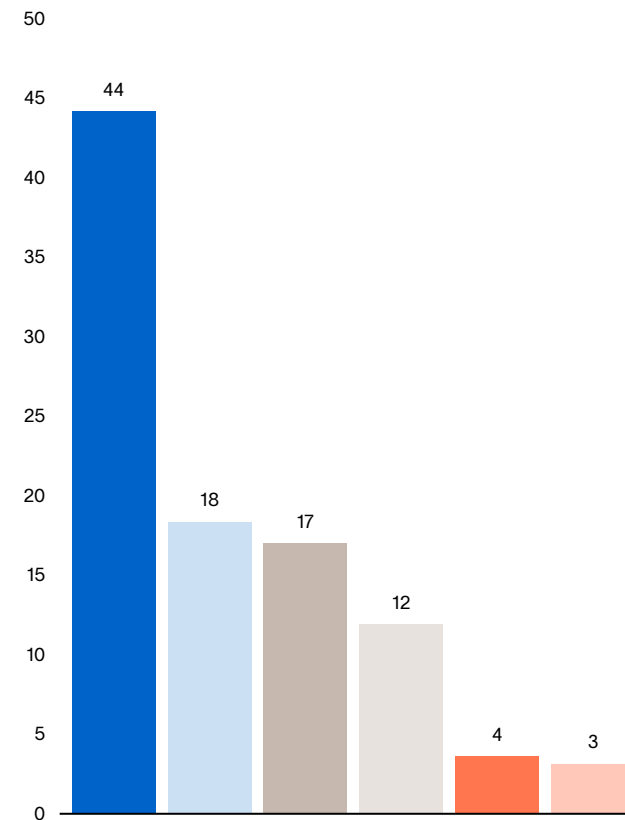
Leverans av e-handelsköp till ett utlämningsställe är det vanligaste leveranssättet till konsumenterna. I november fick 44 procent av de som e-handlat sitt senaste e-handelsköp levererat på det sättet.

Näst vanligaste leveranssättet i november var leverans till paketautomat på offentlig plats följt av hemleverans till brevlåda eller fastighetsbox.

Tänk på ditt senaste e-handelsköp av en vara. Hur fick du din vara levererad?

November 2025

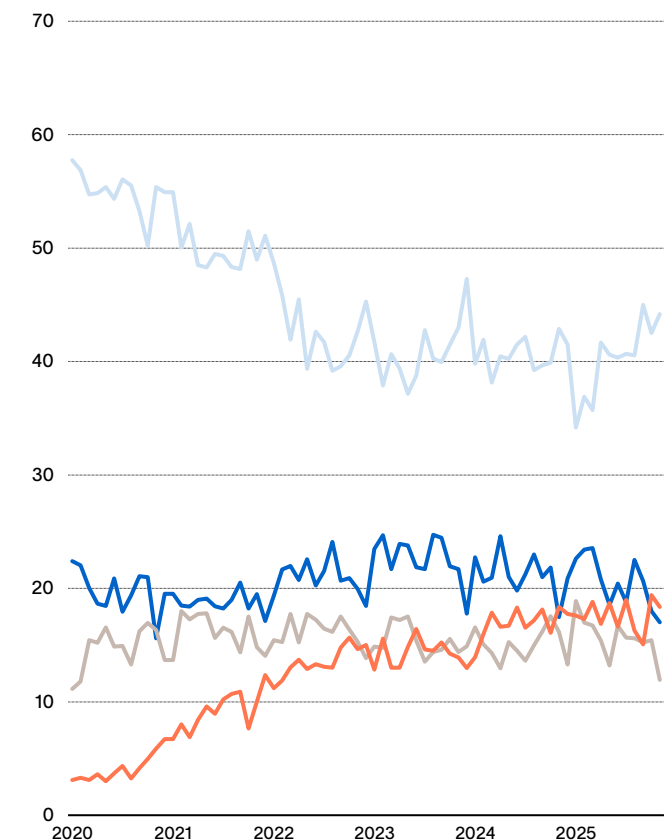
- Till ett utlämningsställe
- Till en paketautomat på offentlig plats
- Hem till min brevlåda/fastighetsbox
- Hemleverans till min tomt/dörr
- Till en fysisk butik som e-handelsföretaget också driver
- Till annan fysisk butik



Tänk på ditt senaste e-handelsköp av en vara. Hur fick du din vara levererad?

Januari 2020 – november 2025

- Brevlåda
- Utlämningsställe
- Hemleverans
- Paketautomat





Det är mycket oroväckande att intresset för aktörer likt Temu och Shein fortsätter att öka. Utöver att riskera arbetstillfällena och skatteintäkter i Sverige, löper man som konsument också risk att köpa direkt farliga produkter

Per Ljungberg,
innovationschef på Svensk Handel



Metodbeskrivning

Genomförande

Svensk Handels E-handelsindikator är en löpande kartläggning av konsumenters e-handelskonsumtion i Sverige och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datainsamlingen görs första veckan varje månad och mäter e-handel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varan ska ha levererats till bostad eller utlämningsställe.

Resebokningar och streamingtjänster är därmed exempel på vad som inte ingår i denna undersökning. Varje månad genomförs minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala e-handelsomsättningen i Sverige och e-handelsomsättningen av varor köpta från utlandet.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18–89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av e-handelsomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total e-handelsomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korrigerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man e-handlar eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel e-handelskonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas per varukategori och på ett sätt som inte missar säsongvariationer.

Avseende e-handeln i november 2025 genomfördes 2091 intervjuer den 1-8 december vilket motsvarade en deltagarfrekvens på cirka 52 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

Vid frågor kontakta
Svensk Handels pressjour:
010 47 18 650
svenskhandel.se