

Pressmeddelande 2024-06-26

E-handelsläget från Svea Bank visar:

Framtidstron ökar – 1 av 3 e-handlare tror på stark eller mycket stark tillväxt för Q2

Optimismen bland Sveriges e-butiker har återvänt. Sex av tio hade en tillväxt under första kvartalet – en ökning med nio procentenheter jämfört med samma period föregående år. För det andra kvartalet förväntar sig 77 procent av e-handlarna en fortsatt tillväxt. Det visar Svea Banks senaste undersökning, E-handelsläget Q2, besvarad av 481 e-handlare.

Resultatet från E-handelsläget Q2 visar att tilltron på ökad försäljning och tillväxt växer bland svenska e-handlare. Fler än tidigare, 77 procent, tror på någon form av tillväxt under Q2 2024. Samtidigt är andelen som tror att tillväxten kommer att bli negativ den lägsta på över ett år.

Fler tror på stark tillväxt

De som väntar sig allra bäst utfall av tidsperioden – e-butiker som tror på stark eller mycket stark tillväxt har också ökat. Var tredje e-handlare räknar med en stark eller mycket stark tillväxt under årets andra kvartal. För Q1 var motsvarande andel en av fyra. Den ökade optimismen är i hög grad kopplad till räntesänkningen som kom vid en avgörande tidpunkt. E-handlarnas oro för ränteläget och inflationen har minskat med en fjärdedel mot samma period föregående år.

– E-handlarnas förutsättningar är på väg att förbättras. Inflationen närmar sig målet och Riksbankens räntesänkning har börjat stimulera hushållens konsumtion. Detta avspeglas i resultatet. Ekonomiska lättnader har en direkt inverkan på konsumenternas köpkraft och därmed också e-handlarnas försäljning och tillväxtmöjligheter, säger **Emma Lindgren, expert på konsumtion och digitalisering på Svea Bank.**

Bättre köpkraft och ökad efterfrågan

Under Q2 förra året svarade 67 procent av e-handlarna att svenskarnas försämrade ekonomi var det som skulle ha mest negativ påverkan på deras tillväxt. I år har samma siffra sjunkit med 20 procentenheter. Jämfört med Q2 2023 är det nu åtta procentenheter fler e-butiker som tror att ökad efterfrågan kommer att ha störst positiv inverkan på deras tillväxt.

– Vi ser ett positivt skifte i marknadsdynamiken och det bådär gott för e-handlarnas andra kvartal. Den minskade oron för räntor och inflation i kombination med tron på ökad tillväxt visar att läget i branschen börjar lätta, avslutar **Emma Lindgren**

Faktorerna som kommer att ha mest positiv påverkan på e-handlarnas tillväxt Q2

1. Ökad efterfrågan på produkt/tjänst, 37 %
2. Mer effektiv marknadsföring, 29 %
3. Förbättrad kundupplevelse, 20 %
4. Räntor och inflation, 19 %
5. Rådande köpkraft hos svenska hushåll, 15 %

Kontakt:

Emma Lindgren, expert på konsumtion och digitalisering, Svea Bank

E-post: emma.lindgren@svea.com

Telefon: 070 215 04 15

Om Sveas betallösningar

Sveas betallösningar används av 15 000 e-handlare i Norden med 7,5 miljoner betalande kunder. Erbjudandet består av betallösningar för e-handel och fysisk butik där Svea möter konsumenternas

förväntningar på en smidig kundupplevelse och handlarnas behov av hög konvertering. Affärsområdet är en del av Svea Bank AB. Läs mer på svea.com.

Om E-handelsläget

E-handelsläget är Svea Banks kvartalsvisa undersökning där svenska e-handlare svarar på frågor om e-handel, deras verksamhet och aktuella ämnen som är relevanta för svensk e-handel. Denna upplaga av undersökningen genomfördes mellan 8 april och 17 maj 2024 och besvarades av 481 e-handlare. E-handelsläget har genomförts sedan 2016, tidigare under namnet E-handelsindikatorn.

Bilaga

Hur tror du att tillväxten kommer att vara för er verksamhet under årets andra kvartal (april, maj, juni)?

	Q2, 2024	Q2, 2023	Q1, 2024
Mycket stark	3,5 %	2 %	2,5 %
Stark	29,3 %	25,3 %	22,9 %
Svag	44,5 %	42,6 %	49 %
Ingen tillväxt	19,1 %	20,7 %	20,4 %
Negativ tillväxt	3,5 %	9,4 %	5,3 %

Vad av följande tror du kommer att ha störst negativ påverkan på verksamhetens tillväxt under årets andra kvartal (april, maj, juni)? Topp 10

	Q2, 2024	Q2, 2023
Rådande köpkraft hos Sveriges hushåll	47,4 %	67,1 %
Priset på utländsk valuta/svag krona	35,6 %	-
Räntor och inflation	34,7 %	58,4 %
Höga kostnader kopplat till marknadsföring och försäljning	26,4 %	-
Hårdare konkurrens på marknaden	24,7 %	21,5 %
Minskad efterfrågan på produkt/tjänst	17,9 %	13,3 %
Dåliga produktmarginaler	12,9 %	-
Ineffektiv/ingen marknadsföring	12,5 %	7,2 %
Dålig likviditet i bolaget	12,1 %	-
Geopolitisk oro	11,2 %	20,3 %

Vad av följande tror du kommer att ha störst positiv påverkan på verksamhetens tillväxt under årets andra kvartal (april, maj, juni)? Topp 10

	Q2, 2024	Q2, 2023
Ökad efterfrågan på produkt/tjänst	37 %	28,7 %
Mer/mer effektiv marknadsföring	29,1 %	29,7 %
Bättre kundupplevelse	20 %	-
Räntor och inflation	19,3 %	20,1 %
Rådande köpkraft hos Sveriges hushåll	14,8 %	20,9 %
Bättre kundservice	11,4 %	36,3 %
Minskad konkurrens på marknaden	9,8 %	7,4 %
Bra produktmarginaler	9,6 %	-
God likviditet i bolaget	9,4 %	-
Expansion till nya marknader	8,9 %	-