

2006 >

14,3

2007 >

17,7

2008 >

20,4

2009* >

21,5

* Prognos

Your Account | Help >



Cart

Your list

Källa: E-barometern (som ges ut av HUI och Posten)

Grafik: ALEXANDER RAUSCHER

E-handeln pressas av lågkonjunkturen

E-handeln fortsätter öka i lågkonjunkturen, men takten har sjunkit betydligt. Det visar HUI:s och Postens e-handelsbarometer. Innebandybutiken är en av de mindre internetaktörer som växt snabbt, men även de märker nu en extra tveksamhet hos kunderna.

7,9 procent ökade e-handeln under första kvartalet 2009. För helåret är prognosen en omsättning på 21,5 miljarder kronor, det innebär en ökning med 5 procent jämfört med 2008. Båda siffrorna innebär en rejäl inbromsning av ökningstakten för e-handeln, men i ett klimat där den totala sällanköpshandeln minskat i både januari och februari tar e-handeln ändå marknadsandelar.

E-handelsföretagens framtidsstro fortsätter dock att sjunka. Endast 38 procent vågar tro på en ökad försäljning det närmaste halvåret jämfört med 70 procent för ett år sedan. 22 procent tror på en minskad försäljning.

43 procent har eller överväger att minska marginalerna för att få upp försäljningen.

En av Sveriges alla e-handlare som fortsätter växa, trots lågkonjunkturen är Innebandybutiken som drivs av Yvette Josefsson och hennes man Patrik Persson. Han stod för innebandyintresset, hon för affärsintresset när de bestämde sig för att starta en kombination av fysiska butiker, den första i Karlskoga, och internethandel 2005.

– Idén att starta även på internet var min. Med en befolkning

på knappt 30 000 i Karlskoga var inte kundunderlaget så stort, säger Yvette Josefsson.

Mellan 2007 och 2008 ökade omsättningen från 2 till 4,8 miljoner. Idag sker ungefär hälften av bolagets försäljning på internet.

Ett lågt pris är fortfarande den fjärde viktigaste parametern för att välja att handla på en internetsajt, enligt e-barometern. Men den konkurrensfördelen gäller inte i fallet Innebandybutiken.

– Vi har ett enormt utbud. Den strategin bestämde vi oss för från början. Det är en av fördelarna när du handlar på nätet jämfört med en vanlig sportbutik, man kan ha ett mycket större sortiment.

Leveranstiden på tre till fem arbetsdagar kan hållas med hjälp av ett stort lager och nära kontakt med leverantörerna.

Hårt arbete och tajmingen på lanseringen är annars de vikti-



Yvette Josefsson
FOTO: PRIVAT

gaste anledningarna till att bolaget lyckats växa så pass snabbt, tror Yvette Josefsson. Vinst har bolaget gjort från start.

– Vi startade 2005, precis när svenskarna åter började handla på nätet. Då var vi också väldigt ensamma om att sälja innebandyprylar på internet. Och vi utvärderar hela tiden hur vi ska gå vidare.

Hon och maken har just öppnat sin fjärde butik i Söderhamn, en femte ska snart öppnas i Örebro. Samtidigt sker en ombyggnad av sajten. Men lågkonjunkturen känns även i innebandyvärlden. Och under åren har konkurrensen på nätet växt.

– Vi märker att man tänker lite extra innan man köper. Vi växer, men inte lika hysteriskt som förut.

I maj, tillägger Yvette Josefsson, ökade försäljningen med 35 procent. **Hon** har ingen klar analys om varför, men att innebandy håller på att bli mer av en året runt-sport och att den vanliga sporthandeln just nu satsar på fotboll och andar vårsporter kan vara en förklaring.

SARA LOMBERG

08-13 58 42, sara.lomberg@svd.se

☉ Få handlar varje vecka

De flesta svenskar handlar i dag på nätet. Men mer än hälften handlar bara någon gång per halvår eller någon gång per år. Den grupp som handlar varje vecka är fortfarande liten, 3 procent.

58 procent av företagen upplever att kunderna är mer pris-känsliga i dag än för ett år sedan.

Att sajten känns seriös och att den totala kostnaden framgår är de två vik-

tigaste faktorerna när man handlar på en internetsajt.

En fjärdedel av de svenska e-handlarna upplever att den svaga kronan har lyft försäljningen till utlandet. **NÄRINGSGLIV**

Stephen Odell
inte dummare
han ser på sis
raden i sin bal
räkning.

28

miljarder kronor omfattar regeringens fordonspaket. Hittills har inte en enda krona betalats ut.

Svd.se

Fords Mulally ser ljuset 2011. Läs artikeln på • svd.se/naringsliv

Läs mer

Volvo och Saab fortsätter att backa.

sid 12

Men - O från der betrakta lingar dessutom premie i ka lände