

Klarna.

Nordmenns shoppingvaner på nett.

Nysgjerrig på om netthandelen vokser mer enn snittet for Norge der du bor, eller hvordan det står til med nabokommunen din? Lurer du på hvordan ulike kundegrupper handler på nett, og hvordan koronaen har påvirket nordmenns handlevaner? Her får du svarene.



Slik er rapporten utarbeidet.

For å gjøre det lett for deg å lese har vi delt opp og fargekodet statistikken, undersøkelsen og kommentarene fra våre eksperter.



Statistikk fra Klarnas database

Statistikken kommer fra vår database som inneholder alle transaksjoner gjort gjennom norske nettbutikker som benytter seg av Klarnas betalingsløsninger. For å få frem forskjellene i handlemønsteret mellom kommuner og fylker, har vi utelatt nettbutikker som ikke er aktive i hele landet. Statistikken er fra januar 2020 til og med september 2020.



Kundeundersøkelse

Vi har også utført en representativ spørreundersøkelse i samarbeide med Cint blant mer enn 1000 nordmenn og stilt spørsmål om deres handlevaner. Undersøkelsen ble utført i september 2020.



Ekspertene

Kommentarer fra våre eksperter. De har analysert vår statistikk og undersøkelsen, og deler sin innsikt og sine konklusjoner.

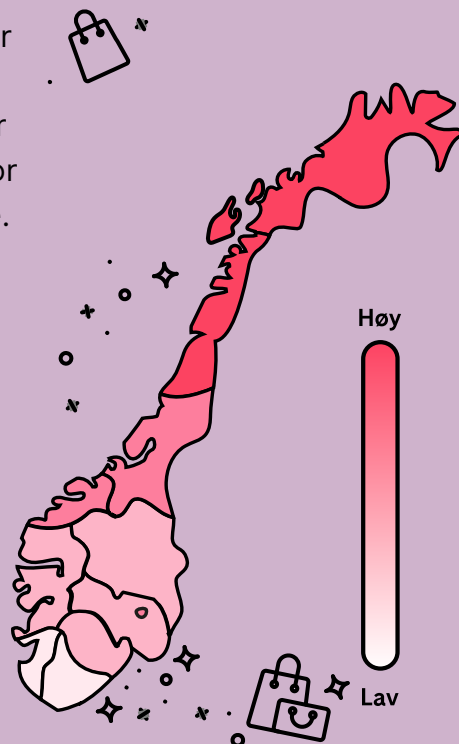
Shoppingkartet på nettet.

Shoppingkartet viser hvordan beboerne i hver kommune og fylke shopper på nett sammenliknet med landet forøvrig. Indeks 100 er gjennomsnittet for hele Norge. Er tallet høyere enn 100, shoppes det mer enn gjennomsnittet her. Er det lavere, shoppes det mindre enn det gjennomsnittet gjør.

Våre data viser...

Shopping per capita

Indeks (100) er gjennomsnittet for hele Norge. Høyere eller lavere tall viser om netthandelen vokser raskere eller mer sakte, justert for antall innbyggere, i din kommune.



Topp 3 kommuner 📈

1. Troms og Finnmark: 120
2. Nordland: 112
3. Oslo: 109

Vil du se data på kommunenivå?

Se den interaktive rapporten på:

klarnashoppingreport.com

Fordeling mellom Norges fylker og kommuner

	Indeks
Gjennomsnitt i Norge	100
Troms og Finnmark	120
Nordland	112
Oslo	109
Møre og Romsdal	103
Trøndelag	103
Viken	100
Innlandet	99
Vestland	99
Vestfold og Telemark	94
Rogaland	86
Agder	81

Shoppingkartet på nettet.

Shoppingkartet viser hvordan beboerne i hver kommune og fylke shopper på nett sammenliknet med landet forøvrig. Indeks 100 er gjennomsnittet for hele Norge. Er tallet høyere enn 100, shoppes det mer enn gjennomsnittet her. Er det lavere, shoppes det mindre enn det gjennomsnittet gjør.

Våre data viser...

Vekst første ni måneder 2020

Indeks (100) er gjennomsnittet for hele Norge. Høyere eller lavere tall viser om netthandelen vokser raskere eller mer sakte, justert for antall innbyggere, i ditt fylke eller kommune.



Topp 3 kommuner 

1. Oslo: 114
2. Viken: 103
3. Vestland: 99

Vil du se data på kommunenivå?

Se den interaktive rapporten på:

klarnashoppingreport.com

Fordeling mellom Norges fylker og kommuner

	Indeks
Gjennomsnitt i Norge	100
Oslo	114
Viken	103
Vestland	99
Vestfold og Telemark	99
Agder	98
Trøndelag	97
Rogaland	97
Møre og Romsdal	95
Innlandet	94
Troms og Finnmark	93
Nordland	92

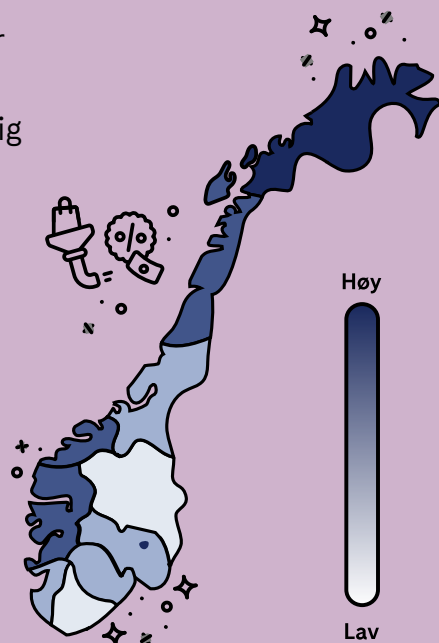
Shoppingkartet på nettet.

Shoppingkartet viser hvordan beboerne i hver kommune og fylke shopper på nett sammenliknet med landet forøvrig. Indeks 100 er gjennomsnittet for hele Norge. Er tallet høyere enn 100, shoppes det mer enn gjennomsnittet her. Er det lavere, shoppes det mindre enn det gjennomsnittet gjør.

Våre data viser...

Gjennomsnittlig ordreverdi

Indeks (100) er gjennomsnittet for hele Norge. Er tallet høyere eller lavere viser det om gjennomsnittlig ordreverdi er høyere eller lavere enn i landet forøvrig.



Topp 3 kommuner

1. Troms og Finnmark: 109
2. Oslo: 107
3. Nordland: 104

Vil du se data på kommunenivå?

Se den interaktive rapporten på:

klarnashoppingreport.com

Fordeling mellom Norges fylker og kommuner

	Indeks
Gjennomsnitt i Norge	100
Troms og Finnmark	109
Oslo	107
Nordland	104
Møre og Romsdal	102
Vestland	101
Viken	100
Vestfold og Telemark	97
Trøndelag	96
Rogaland	96
Innlandet	94
Agder	93

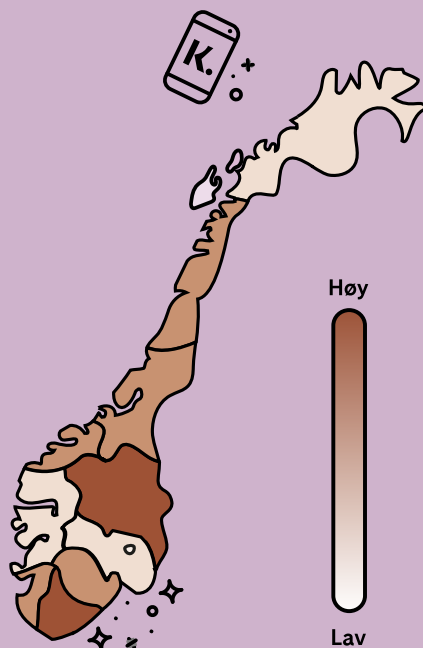
Shoppingkartet på nettet.

Shoppingkartet viser hvordan beboerne i hver kommune og fylke shopper på nett sammenliknet med landet forøvrig. Indeks 100 er gjennomsnittet for hele Norge. Er tallet høyere enn 100, shoppes det mer enn gjennomsnittet her. Er det lavere, shoppes det mindre enn det gjennomsnittet gjør.

Våre data viser...

Mobiler, nettbrett og datamaskiner

Fordelingen viser hvor stor andel av det totale salget som skjer fra mobiler, nettbrett og datamaskiner.



Fordeling mellom Norges fylker og kommuner

			Indeks
Gjennomsnitt i Norge			Mobiler (52 %) Nettbrett (3 %) Datamaskiner (45 %)
Agder	57 %	3 %	40 %
Innlandet	56 %	3 %	41 %
Trøndelag	55 %	3 %	42 %
Nordland	54 %	3 %	43 %
Vestfold og Telemark	54 %	3 %	43 %
Rogaland	54 %	3 %	43 %
Møre og Romsdal	53 %	3 %	44 %
Troms og Finnmark	52 %	3 %	45 %
Vestland	52 %	3 %	45 %
Viken	52 %	3 %	45 %
Oslo	47 %	2 %	51 %

Vil du se data på kommunenivå?

Se den interaktive rapporten på:

klarnashoppingreport.com

Shoppingkartet på nettet.

Netthandelsåret 2020 har så langt vært kraftig preget av koronapandemien. Innenfor en rekke kategorier har omsetningen nær doblet seg sammenlignet med samme periode i fjor. Det har også akselerert fokuset blant mange av våre netthandelspartnere på å gi kundene en best mulig handleopplevelse. Det skal være enkelt, greit og sømløst å handle på nett. I en periode hvor mange for første gang netthandler er dette viktigere enn noensinne. Uavhengig av hva som skjer med koronapandemien kommer handleopplevelsen til å bli svært viktig i tiden fremover.



Thomas Elvestad

Markedsdirektør Klarna Norge



Viveka Söderbäck

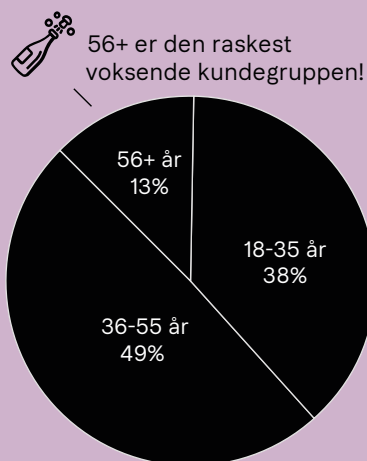
Ekspert på forbrukeratferd

Norges klart ivrigste netthandlere bor helt nord i landet. Innbyggerne i Troms og Finnmark handlet i gjennomsnitt hele 20 prosent mer på nett per person enn det nasjonale gjennomsnittet, som også har økt rekordmye. Aller mest har netthandelen vokst i Oslo, med 14 prosent mer enn landsgjennomsnittet. De fleste som har begynt å handle mer på nett, har gjort dette av hensyn til seg selv og andre under koronapandemien. Vår undersøkelse viser også at hele 83 prosent av dem som har handlet mer på nett vil fortsette med dette også etter pandemien. Det viser hvordan netthandelen har blitt et attraktivt komplement til fysiske butikker. Den har sannsynligvis også gjort hverdagen lettere for dem som har ønsket å unngå mange mennesker.

Kundegrupper.

Våre data viser...

Netthandelen fordelt på ulike aldersgrupper og hvilke varekategorier hos de ulike aldersgruppene som relativt sett tar størst andel av lommeboken



Aldersgruppers favorittkategorier

18-35 år	 Barneprodukter
36-55 år	 Sport og fritid
56+ år	 Hus og hage



Kvinner gjør flere kjøp (70 % av totalen) og bruker mer penger (59 % av totalen)

...men menn har høyere gjennomsnittlig ordreverdi (57 %)



Interesser og prioriteringer forandrer seg gjerne med alderen. Det samme gjør nordmenns shoppingvaner. Vår statistikk viser at mens barneprodukter står høyest på listen blant de unge, er produkter til hus og hage i større grad prioritert blant de eldre.

Kundeundersøkelsen viser

- 46 % gjør minst halvparten av sine kjøp på nett
- 50 % har begynt å handle mer på nett i løpet av 2020
- 68 % av dem som begynt å handle mer på nett, har gjort dette for å beskytte seg selv og andre mot koronaviruset
- 83 % tror at de kommer til å fortsette å handle like mye eller mer på nett også etter pandemien

- Hittil i år har vi sett at den eldre aldersgruppen har økt sin andel av kjøp på nett. Spesielt gjelder det gruppen over 70 år. Det er en trend vi har sett over lengre tid, og alt tyder på at den bare vil fortsette når de eldre blir mer og mer bekvemme med å handle på nett. Hele 60 prosent av alle nordmenn har begynt å handle mer på nett, og nesten alle disse tror de vil handle mer eller like mye når pandemien er over. En større andel av norsk handel vil med andre ord skje på nett de neste årene.



Viveka Söderbäck

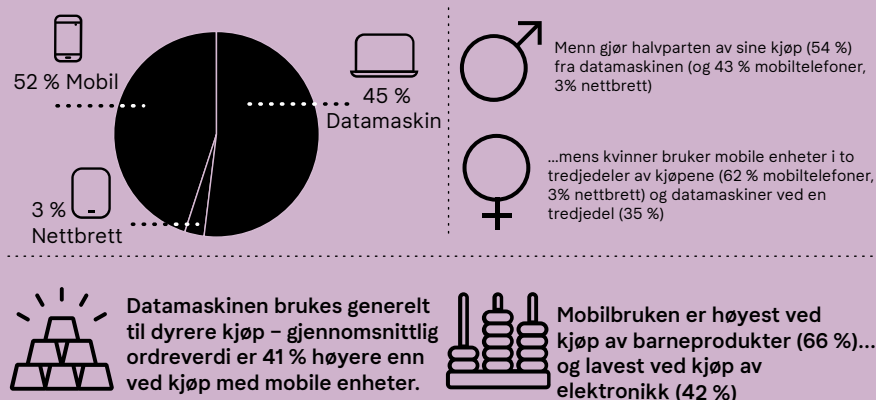
Ekspert på forbrukeratferd

Mobiler, nettbrett og datamaskiner.

I dag handles det mest med mobilen, men for enkelte typer kjøp foretrekkes fremdeles datamaskinen. Vi har sett nærmere på hvordan nettsalget fordeler seg på de forskjellige enhetene og hvorfor kundene foretrekker å bruke akkurat disse til ulike type kjøp.

Våre data viser...

Fordeling av salgsvolumet på mobiler, nettbrett og datamaskiner



- I dag foretas de aller fleste nettkjøp ved hjelp av mobiltelefonen. Det betyr likevel ikke at den foretrekkes i alle situasjoner. Mobilen brukes til hverdagskjøpene, mens dataskinen brukes når det er behov for mer research. Mobiltelefonen benyttes for eksempel mest til kjøp av barneprodukter, mens kjøp av elektronikk oftere gjøres med dataskinen.

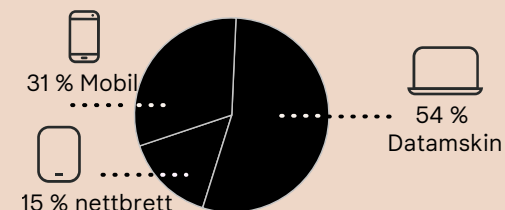


Viveka Söderbäck

Ekspert på forbrukeratferd

Kundeundersøkelsen viser

Hvilken enhet foretrekker du å bruke?



Hvorfor foretrekker du å bruke mobil?

- 58 % Jeg synes det går raskere
- 46 % Jeg synes det er enklere
- 44 % Jeg kan shoppe når som helst
- 3 2 % Jeg kan shoppe hvor som helst

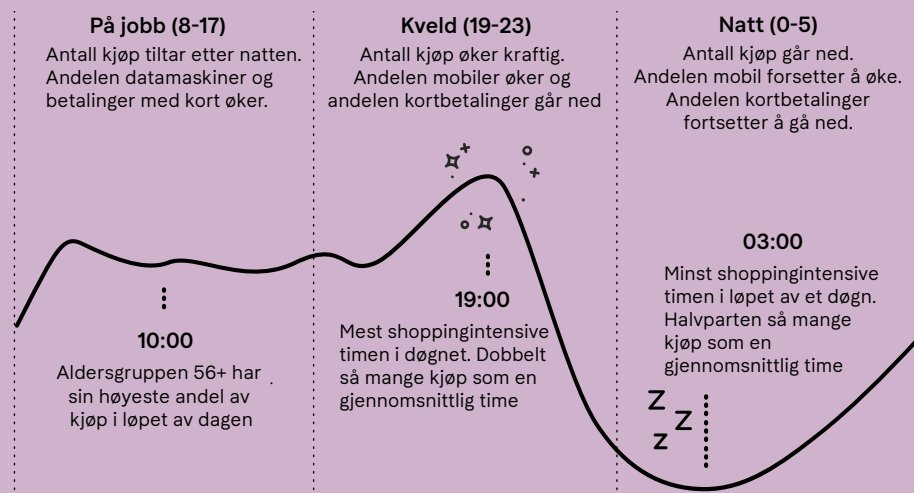
Hvorfor foretrekker du å bruke dataskin?

- 73 % Jeg får en bedre oversikt og kan lese villkårene nøye
- 54 % Jeg synes det er enklere

Shoppingdøgnet på nettet.

Våre data viser...

Når shopper nordmenn en gjennomsnittsdag?



Ulike tider på døgnet gir forskjellige shoppingmønstre.

Mobiltelefonen brukes mest om kvelden og om natten. Andelen som bruker våre betalingsløsninger fra datamaskiner, er størst i løpet av arbeidsdagen. Vi bestemte oss for å sjekke dette nærmere - shopper nordmenn i arbeidstiden?

Kundeundersøkelsen viser

Hender det at du handler på nettet mens du er på jobb?

44 % av alle nordmenn har handlet på nettet mens de er på jobb

2X Det er dobbelt så vanlig at menn handler på nett minst en gang i uken mens de er på jobb enn at kvinner gjør det

Hvor var du da du handlet?

66 % Flertallet av de som handlet på nett i arbeidstiden gjorde dette fra pulten sin eller på sitt hjemmekontor

20 % En femtedel av 18-35-åringene som handlet på nett mens de var på jobb gjorde dette fra toalettet

- Det store flertallet netthandler på kveldstid. Men de første ukene etter koronapandemien skjedde det en tydelig dreining. Da ble en større del av kjøpene gjennomført på dagtid. At mange jobbet på hjemmekontor i denne perioden bidro nok til dette. Samtidig har shoppertymen gjennom døgnet nå vendt tilbake til normalen. Den store styrken med netthandel er at du kan handle hva som helst, når som helst fra hvor som helst. Et bevis på det er at en av fem i aldersgruppen 18-25 år sier de har handlet fra toalettet i arbeidstiden.



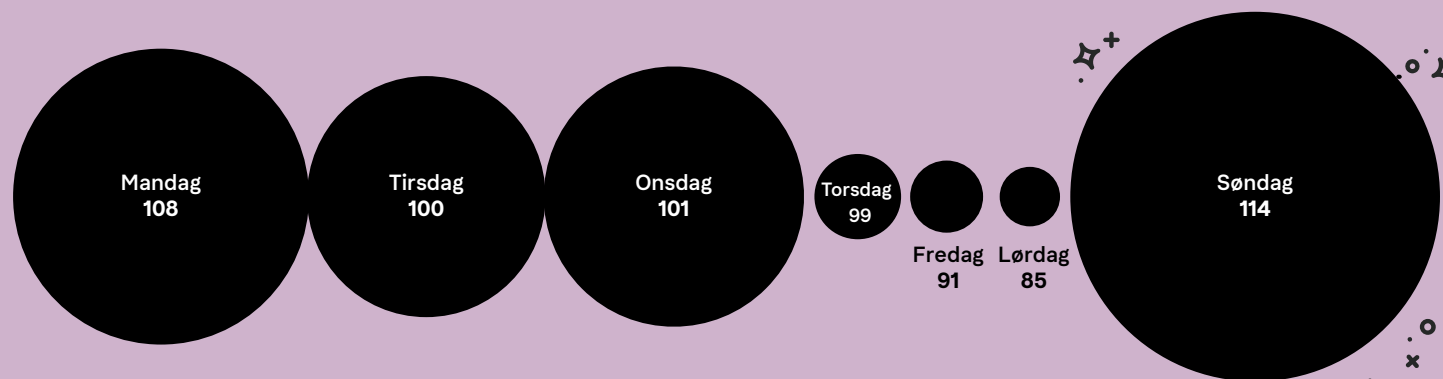
Viveka Söderbäck
Ekspert på forbrukeratferd

Shoppinguken på nett.

De fleste handler på nett mot slutten og i starten av uken. Søndag er den mest populære handledagen.

Våre data viser...

Hvilken dag i uken shopper nordmenn mest på nett



* indeks (100) tilsvarer en gjennomsnittlig dag

- Den største andelen av kjøp gjennom uken foretas gjerne på søndagskvelden. Det kan skyldes at dette er et tidspunkt hvor mange er hjemme og slapper av før en ny arbeidsuke. Mange har kanskje vurdert et kjøp i løpet av helgen og gjennomfører det på søndagskvelden. Når det kommer til valg av leveringsalternativ er det tydelig at spesielt de unge er mest opptatt av å få produktene de har bestilt fort hjem. De over 66 år er mer opptatt av at varen kan hentes et sted nær der de bor eller som de ofte besøker. Det er et tydelig tegn på at netthandelen i løpet av 2020 har tilpasset seg og blitt mer relevant for flere nordmenn enn noensinne.



Viveka Söderbäck

Ekspert på forbrukeratferd

Kundeundersøkelsen viser

Hva er viktig for deg når du velger leveringsalternativ?

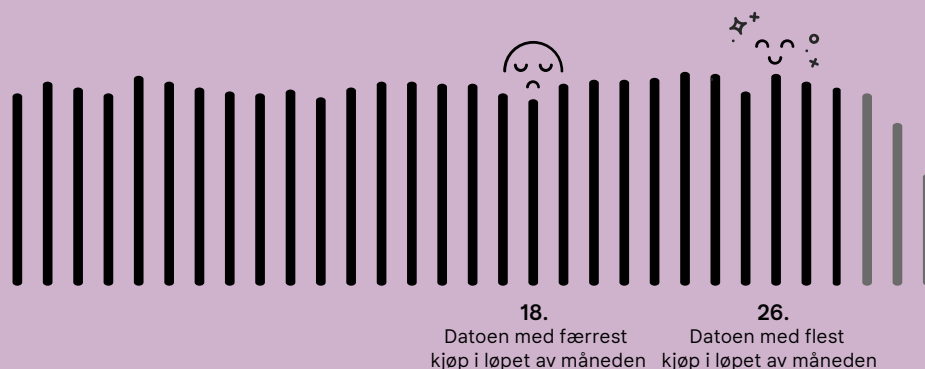
- | | |
|------|--|
| 68 % | Billig |
| 51 % | Raskt |
| 31 % | Levereres til en butikk nær meg/som jeg ofte besøker |
| 30 % | Enkelt å spore leveransen |
| 30 % | Levereres helt hjem på døren |

Shoppingmåneden på nett.

Vår representative undersøkelse viser at det er stor forskjell på hva menn og kvinner har shoppet mest på nett i løpet av året.

Våre data viser...

Hvilken dag i måneden nordmenn shopper mest på nett



Kundeundersøkelsen viser

Hvilke av følgende typer varer har du kjøpt på nett i løpet av året?

Menn:

- 61 % Elektronikk
- 52 % Klær og sko
- 32 % Underholdning (bøker, film, musikk og liknende)
- 32 % Sport og fritid

Kvinner:

- 76 % Klær og sko
- 45 % Skjønnhetsprodukter
- 32 % Elektronikk
- 32 % Apotekvarer

- Statistikken viser at salget fra butikker som bruker Klarnas betalingsløsninger er relativt jevnt i løpet av måneden. Vi ser også at butikker som tilbyr kundene sine friheten til selv å bestemme når, hva og hvordan de vil betale øker salget. Dette gir kundene en bedre shoppingopplevelse fordi de får kontroll på hvordan de vil bruke pengene sine, uavhengig av når lønnen er på konto.

- De mest populære varekategoriene på nett så langt i 2020 har vært klær, sko og elektronikk. Mens kvinner står for den klart høyeste andelen av kjøp innenfor klær og sko, er menn overrepresentert innenfor elektronikk. De største kjønnsskillene ifølge Klarnas undersøkelse finnes innenfor kategoriene skjønnhetsprodukter og biltilbehør. Mens det er mer enn dobbelt så vanlig at kvinner kjøper skjønnhetsprodukter enn menn, er det fire ganger så vanlig at menn handler biltilbehør på nett.



Thomas Elvestad
Markedsdirektør Klarna Norge



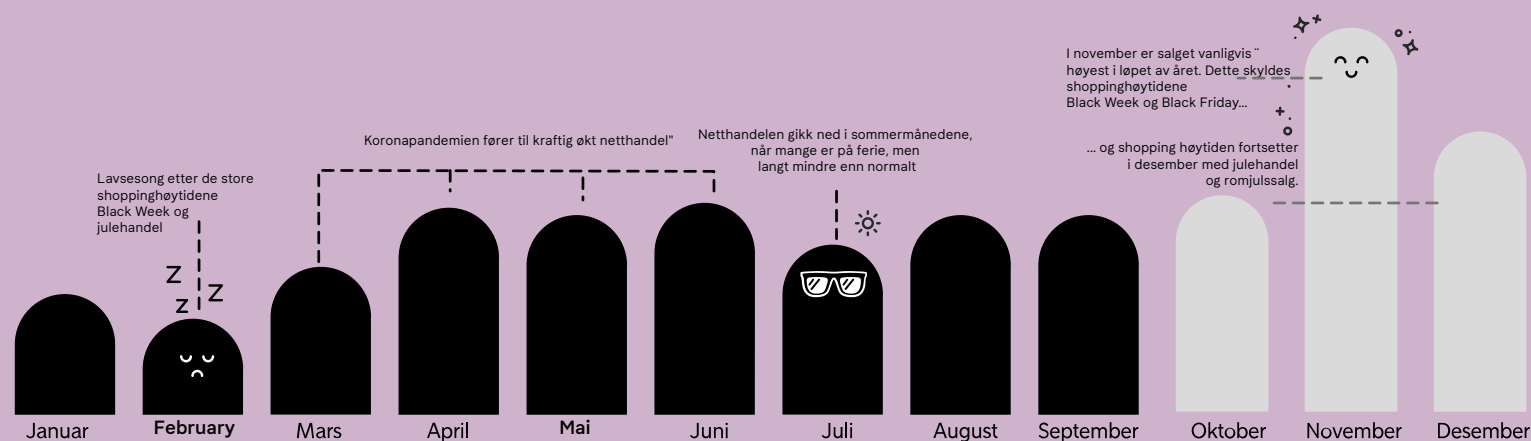
Viveka Söderbäck
Ekspert på forbrukeratferd

Shoppingåret på nett.

Hvordan netthandelen har utviklet seg i løpet av året.

Våre data viser...

Hvilke måned i året shopper nordmenn mest på nett



– Hittil ser det ut til at netthandelsåret 2020 følger trenden fra tidligere år. Det store unntaket er salgsvolumøkningen fra februar til mars. Den var større enn noen gang. Den kanskje mest umiddelbare effekten var at handlemønsteret endret seg kraftig, og spesielle varekategorier ble klart prioritert høyere enn andre. Den første tiden etter koronapandemiutbruddet kan deles i tre: en hamstringsfase (hvor spesielt salg av mat og drikke på nett gikk opp), en underholdnings- og aktivitetsfase (mye salg av bøker, digital underholdning, treningsutstyr og lignende) og en normaliseringsfase hvor handlemønsteret sakte, men sikkert vendte tilbake til mer normale tilstander. Vi vet ennå ikke hvordan handlemønsteret vil utvikle seg i fjerde kvartal, men mye tyder på at netthandelen vil få en mer fremtredende plass i løpet av Black Friday-uken og julehandelen enn den noensinne har hatt.



Viveka Söderbäck

Ekspert på forbrukeratferd

Kundeundersøkelsen viser...

Hvis du måtte velge - ville du bare handle online eller i en fysisk butikk?

46 %

bare handle på nett

54 %

bare handle i fysisk butikk

Appendix.

Kundegrupper.

Hvor stor andel av kjøpene dine gjør du på nett og i fysisk butikk (utenom dagligvarer som mat, drikke og apotekvarer)

Alle kjøp på nettet - 7 %

Mer enn halvparten av kjøpene på nettet - 22 %

Like mye på nett som i butikk - 16 %

Mindre enn halvparten på nettet - 51 %

Alle kjøp i fysisk butikk - 3 %

Opplever du at du har handlet mer på nettet i 2020 enn det du gjorde i 2019?

Ja - 50 %

Nei - 50 %

Handler du mer på nettet for å beskytte deg selv og andre mot koronaviruset?

Ja - 68 %

Nei - 32 %

Tror du at du kommer til å fortsette å handle like mye, eller mer, på nett også etter at pandemien er over?

Ja - 83 %

Nei - 17 %

Mobiler, nettbrett og datamaskiner.

Hvilken enhet foretrekker du å netthandle med?

Mobiltelefon - 31 %

Nettbrett - 15 %

Datamaskin - 54 %

Ingen av de ovennevnte - 0 %

Du sa at du foretrakk å handle på nett med mobiltelefon, hvorfor?

Jeg synes det går raskere - 58 %

Jeg får bedre oversikt og kan lese vilkårene nøye - 17 %

Jeg synes det er enklere - 46 %

Jeg kan netthandle når som helst - 44 %

Jeg kan netthandle hvor som helst - 32 %

Du sa at du foretrakk å handle på nett med datamaskin, hvorfor?

Jeg synes det går raskere - 33 %

Jeg får bedre oversikt og kan lese vilkårene nøye - 73 %

Jeg synes det er enklere - 54 %

Jeg kan netthandle når som helst - 8 %

Jeg kan netthandle hvor som helst - 6 %

Shoppingdøgnet på nettet.

Hender det at du handler på nettet mens du er på jobb?

Ja - hver dag eller flere ganger i uken 3 % (Menn: 5 %, kvinner: 2 %)

Ja- noen ganger i uken 11 % (Menn: 14 %, kvinner: 7 %)

Ja- noen ganger i måneden 11 %

(Menn: 12 %, kvinner: 10 %)

Ja- noen ganger per år eller mer sjeldent 19 % (Menn 21 %, kvinner: 16 %)

Nei, aldri 56 % (Menn: 47 %, kvinner: 62 %)

Du sa at du hadde handlet på nett mens du var på jobb. Hvor var du når du handlet? (multiselect)

Ved pulten min på jobb eller på hjemmekontoret - 51 %

På toalettet - 41 %

I fellesarealene på jobb (som kantinen, møterommet eller lignende) - 54 %

Et annet sted - 11 %

Appendix.

Shoppinguken på nett.

**Hva er viktig når du velger leveringsalternativ?
At det er...**

Billig - 68 %

Raskt - 51 %

Leveres til en butikk nær meg/ som jeg ofte
besøker - 31 %

Leveres helt hjem på døren - 30 %

Enkelt å spore leveransen - 30 %

Miljøvennlig - 21 %

Shoppingmåneden på nett.

**Hvilke av følgende typer varer har du kjøpt på
nett i løpet av året?**

Klær og sko - 64%

Elektronikk - 47 %

Skjønnhetsprodukter - 32 %

Underholdning (som bøker, musikk, film og
lignende) - 30 %

Sport og fritid - 28 %

Hus, hjem og hage - 27 %

Apotekvarer - 27 %

Mat og drikke - 24 %

Smykker og accessories (som klokker,
lommebøker, solbriller og lignende) - 16 %

Barneprodukter - 13 %

Biltilbehør - 12 %

Erotiske produkter og sexleketøy - 10 %

Shoppingåret på nett.

**Om du måtte velge - hadde du bare handlet på nettet
eller bare i fysisk butikk?**

Bare handlet på nettet - 46 %

Bare handlet i fysisk butikk - 54 %

That's it!

Det var alt vi hadde nå. Spørsmål eller noe annet? Send oss gjerne en e-post til press@klarna.com

Klarna.

Copyright © 2005-2020 Klarna Bank AB (publ). Headquarters: Stockholm, Sweden.
All rights reserved. Klarna Bank AB (publ). Sveavägen 46, 111 34 Stockholm.
Organization number: 556737-0431