



## Netthandelstrender og deres påvirkning på Last-Mile

**Victoria Rummelhoff Ilich**  
PostNord

# Det norske netthandelsmarkedet



Kjøpekraften er kraftig redusert pga prisvekst og økte rentekostnader.

Forventning til egen økonomi i 2023/24 har vært rekordlav

**Netthandelen fortsetter å øke i en periode med handelsnedgang.**

- Forbrukere øker fokuset på pris;
- Kostandsfokus påvirker Last-Mile etterspørsel og bærekraft;

Netthandelsbarometeret er levert av

**postnord**



## Varehandelsindeks - Detaljhandel Volumindeks, sesongjustert



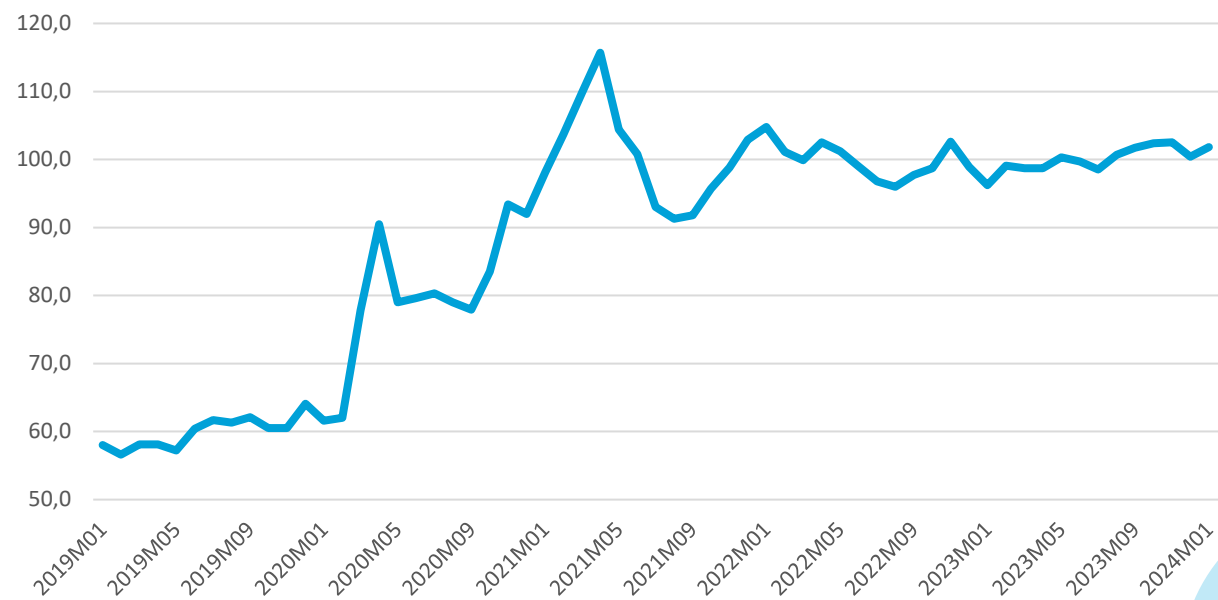
Volumindeksen er nå på linje med starten av 2019

Varehandel er ned -7% siden oktober 2021

-14% siden handelstoppen i juli 2020



## Varehandelsindeksen - Netthandel Volumindeks, sesongjustert



**Økte med 41%  
mellom mars 2020  
og mars 2021**

Har ikke hatt den  
samme reduksjonen  
som detaljhandel.

**Økte med 3%  
i 2023**

# Forbrukerundersøkelse

## Netthandels- vaner



## Netthandel 2023/24 - kort fortalt

**63 %**

Handler på nett minimum 1 gang i måneden i starten av 2024, opp 3pp fra 2023

**36 %**

Ønsker helst hjemlevering, en nedgang på 3pp sammenlignet med peak i 2023

**38 %**

Vil handle mer gjenbruk i løpet av 1. halvår i 2024 enn i samme periode i 2023

**41 %**

Vil velge mer miljøvennlig frakttjenester om de er billige

**55 %**

Var villige til å redusere hjemlevering ved å bruke pakkeautomater innen 300m i Q3 2023

Netthandelsbarometeret er levert av

**postnord**

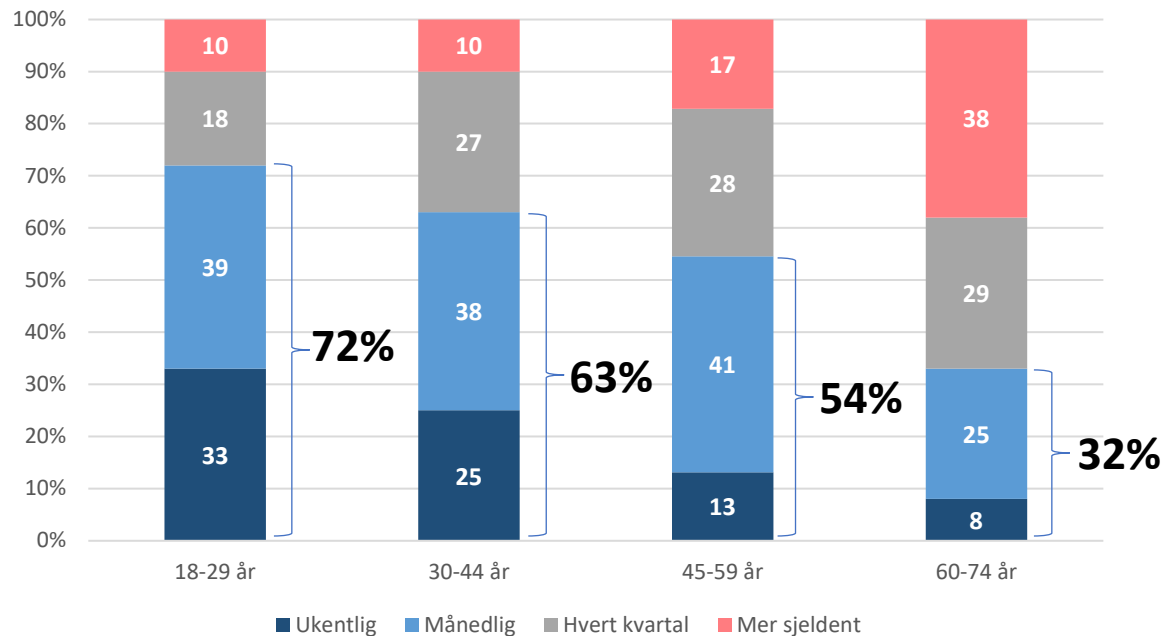
# Hvor ofte handlet vi på nett i 2023?

Dobbelt så mange mellom 18-29 år handlet på nett månedlig enn de over 60 år i Q3 2023.

Nesten 3 av 4 mellom 18-29 år handlet på nett månedlig, 2 av 3 mellom 30-44 år gjorde det samme.

Den eldste aldersgruppen handlet minst på nett **32% handler på nett månedlig** i 2023 men det er økninger også blant de eldste.

## Hvor ofte handler forskjellige aldersgrupper på nett?



## YTD 2024...

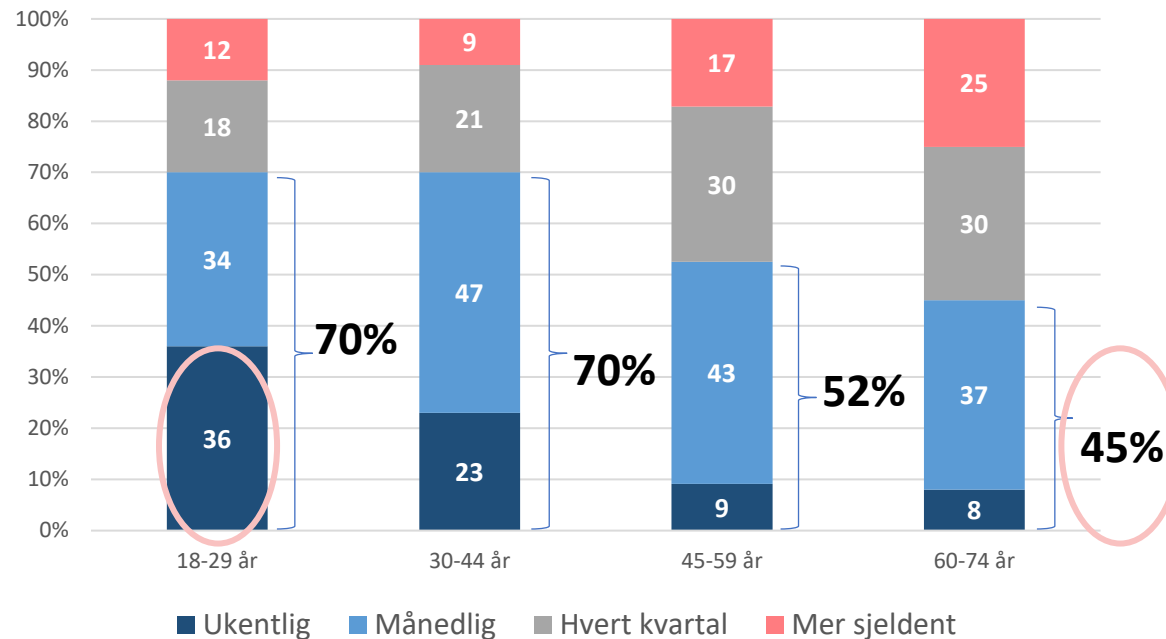
Andelen ukentlig netthandel øker blant de yngste forbrukerne.

5 prosentpoeng fler mellom 30 og 59 år handler månedlig hittil i år.

**Men mest overraskende, forbrukere mellom 60-74 år som handler månedlig har økt kraftig**

- Opp med 13 prosentpoeng.

### Hvor ofte handler forskjellige aldersgrupper på nett?



# Gjenbruk vil øke fremover

Redusert kjøpekraft gjør gjenbruk og leie av produkter viktigere for mange.

38% vil handle mer gjenbruk de neste 6 månedene sammenlignet med samme periode i fjor.

«Økonomi» er viktigst hovedårsaken

Dette er en viktig del av fremtidig netthandelsvekst som øker behovet for smidige kostnadseffektive frakttjenester

**postnord**





Forbrukerundersøkelse

# Leverings- preferanser

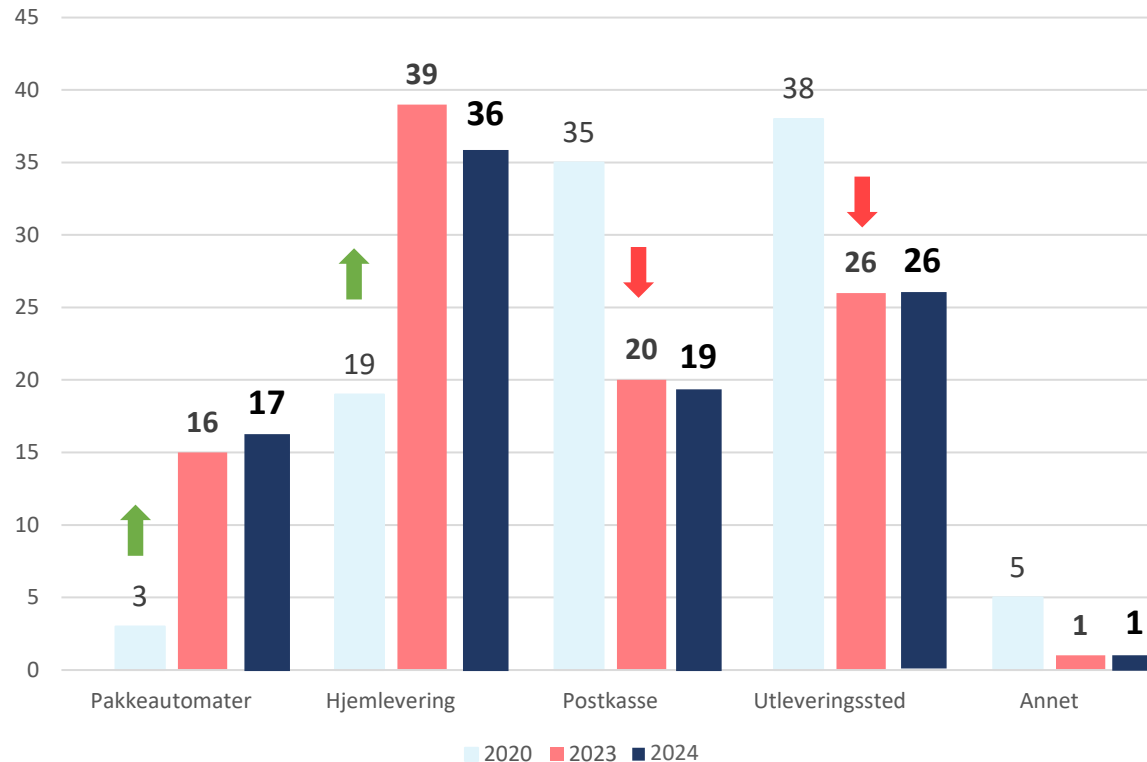


Netthandelsbarometeret er levert av

**postnord**

# Leveringspreferanser

Leveringspreferanser, 2020-2024



Hjemleveringspreferansen økte under pandemien  
- **flest vil helst ha pakken hjem**

- Hjemlevering og postkasse gått ned 3 prosentpoeng fra 2023 til **56% i 2024**

**53%** vil å få pakker levert **utenfor hjemmet**

- jo nærmere hjemmet, jo mer attraktivt.

Pakkeautomater øker i popularitet

# Forbrukerundersøkelse

## Pakkeautomat

Pakkeautomater kan redusere hjemleveringsbehov om tjenesten er billig og nærme nok forbrukere



Netthandelsbarometeret er levert av

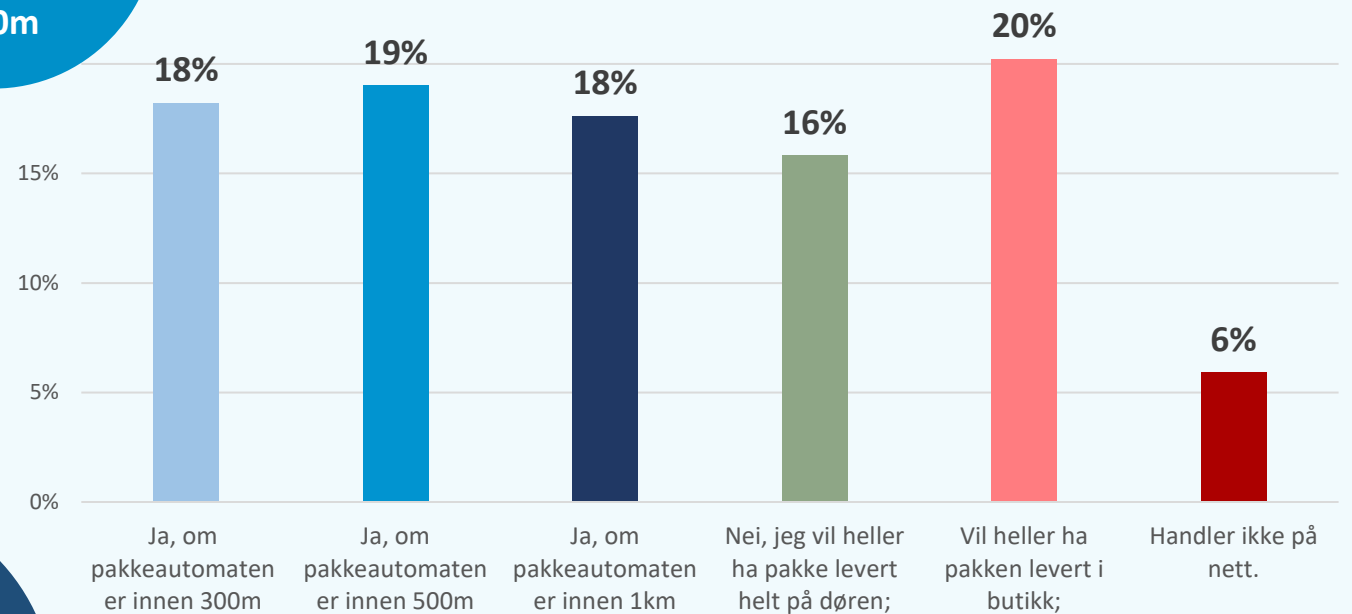
**postnord**

# Kan pakkeautomater erstatte eller redusere hjemleveringsbehov?

**55%**  
sier ja, om  
pakkeautomaten  
er innen  
300m

**72%**  
mellom 15-39 år  
er positive om  
pakkeautomater  
er innen 300m

**30%**  
mellom 60-  
74 år sa det  
samme



# Hvordan øke volumet til pakkeautomater for bedre bærekraft?

3 ting som vil kunne øke antallet pakker til pakkeautomater:

- **41%** vil bruke pakkeautomater mer om prisen er lav
- **1 av 3** vil øke bruken om den er nærmere hjemmet – fortsatt et utrullingsbehov
- **1 av 4** vil velge pakkeautomat om det er tilgjengelig i check-outs





## Leveringspreferanser for retur og C2C-pakker

**1 av 3** vil helst sende/motta C2C-pakker hjemme

...men pakkeautomatens økte popularitet har et **stort potensiale** i dette segmentet også

Forbrukere ønsker å kunne bruke samme frakttjeneste for retur og C2C-pakker, som ved netthandel

**Hvordan ønsker du å bruke pakkeautomater?**

**57 %** Motta netthandelspakker

**45 %** Sende/motta C2C pakker

**40 %** Returnere pakker

**postnord**

# Miljøvennlig transport



Netthandelsbarometeret er levert av

**postnord**



## Mer miljøvennlige leveringer

PostNord ledet et 3-årlig forskningsprosjekt, med fokus på bærekraftig Last-Mile leveranser. KONTAKTFRI-prosjektet analyserte miljø- og kostnadseffekter av nye leveringstjenester, inkludert pakkeautomater.

> **33%**

**Lavere CO2-utslipp** med pakkeautomater sammenlignet med hjemlevering pga flere pakker pr leveringspunkt, noe som reduserer kjøreavstanden per pakke

Forutsetter at forbrukere henter pakken ved å gå, kjøre elektrisk eller kollektivt, eller henter pakken samtidig som man gjør andre ærend.

**Miljøbesparelsene øker med høyere utnyttelsesgrad** og et pakkeautomatnettverk nærme nok forbrukere slik at flere går for hente pakken

Forskning  
utført av TØI  
og Eirill Bø  
(Handelshøyskolen BI)



# Pakkeautomater og bærekraft

**Flere varebiler, flere pakker per rute, kortere kjøreavstander og kortere stopptid per pakke**

Pakkeautomater påvirker bærekraft på flere måter enn lavere miljøutslipp:

- Høyere effektivitet
- Mindre tungtransport
- Redusert sjåførmangel problematikken

**Kostnadsbesparelser på mellom 20-40%** sammenlignet med utleveringssteder og tradisjonell hjemlevering

Viktig for både transportbransjen, næringslivet og forbrukere!



# postnord

