



2016-11-18 15:34 CET

Brittiska seniorer är bland de mest teknikkunniga i världen

Ny forskning visar att britterna har tagit e-handeln till sig mer än något annat europeiskt land, och att shoppingvanorna i olika delar av världen är långt ifrån likadana.

En ny rapport från det globala fastighetsbolaget Colliers International visar att e-handeln ökar snabbt, men även att metoderna för hur konsumenterna shoppar och betalar för varorna fortfarande är mycket varierade.

Den största europeiska e-handelsmarknaden finns i Storbritannien, där onlineförsäljningen för närvarande uppgår till omkring 130 md GBP (160 md USD) per år. De brittiska pensionärerna är några av världens mest teknikkunniga konsumenter och 78 procent av Internetanvändarna över 65 år handlar numera på nätet.

Men medan britterna helhjärtat tagit till sig e-handeln har andra länder varit långsammare med att övergå till att handla på nätet. Italienarna är bland de minst teknikkunniga konsumenterna i Västeuropa. Bara 68 procent har tillgång till Internet och endast 26 procent handlar online.

[Paul Souber](#), chef för EMEA Retail på Colliers, kommenterar så här: *"I denna tid av globalisering kan man tro att shoppingvanorna håller på att bli en mer och mer homogen process. Men som den här studien visar finns det fortfarande stora variationer i hur konsumenterna handlar och betalar för sina varor – och resultaten kan vara lite överraskande."*

"De här mönstren har viktiga följder för återförsäljarna och även för alla som utvecklar och äger butiksytor. Samtidigt som den onlinebaserade detaljhandeln tveklöst har dämpat vissa återförsäljares önskan att utöka sina butiksnätverk, kan den också leda till en efterfrågan på fastigheter. Det beror på att vissa märken som tidigare var helt onlinebaserade nu öppnar fysiska butiker, liksom att det krävs logistikanläggningar för att kunna hantera alla onlinebeställningar."

Rapporten undersöker också hur kunder runt om i världen betalar för inköpen.

Kontanter är fortfarande den övervägande betalningsmetoden för inköp, i synnerhet i Kina, Ryssland, Spanien, Tyskland, Polen och Italien. Franska konsumenter använder fler checkar än i något annat land, medan Sverige tillsammans med Nederländerna långsamt rör sig mot ett kontantlöst samhälle. De föredrar också tekniska plattformar som onlinetjänsten iDEAL och Swish: en svensk app som ursprungligen utvecklades för att hjälpa vänner att dela på restaurangnotan och som nu används av mer än hälften av det svenska folket.

Andelen gränsöverskridande transaktioner inom e-handeln ökar snabbt efterhand som konsumenterna gradvis känner sig tryggare med att handla på utländska webbplatser. Återförsäljarna accepterar olika betalningsmetoder för att öka sin omsättningstillväxt och är villiga att leverera produkter till praktiskt taget varje del av världen. Storbritannien, USA, Kina och Tyskland är

de största exportmarknaderna för den globala e-handeln. År 2020 kommer 45 procent av onlinekunderna att handla från andra länder. Värdet av den gränsöverskridande försäljningen förväntas öka från 230 md USD år 2014 till 1 biljon USD år 2020.”

Andra viktiga slutsatser från rapporten:

- Tyskland, Spanien och Polen är de europeiska länder där e-handeln ökar snabbast, vilket i snabb takt driver på utvecklingen av logistikanläggningar till stöd för orderhanteringen.
- Britter, japaner och spanjorer lägger mest pengar på nöjen, medan ryssarna och kineserna lägger minst.
- 29 procent av e-handeln i Storbritannien skedde via mobila enheter år 2015. Marks & Spencer rapporterar att antalet besök på deras webbplats via dessa enheter har ökat från 7 miljoner 2012 till 80 miljoner i år.
- Konsumenterna i Polen, Ryssland och Italien verkar mindre benägna att använda mobilen för att utföra transaktioner på nätet, trots höga nivåer av användning och ägande
- E-kunder i Storbritannien handlar gärna från internationella webbutiker och 56 procent av britterna har köpt varor av återförsäljare i Kina och USA.
- En fjärdedel av den ryska onlinebaserade detaljhandelsförsäljningen består av gränsöverskridande köp, varav 80 procent görs på kinesiska webbplatser.

Paul Souber kommenterar: *”Förändringar av konsumenternas köpkapacitet, konsumenternas val, demografi, urbanisering och den snabba tekniska anpassningen håller på att omstrukturera vårt köpbeteende.*

”Var folk handlar, vad de handlar, hur de handlar och till och med hur de betalar för varorna är alla faktorer som på något sätt påverkas av tekniken och av Internet. Att förstå hur människor gör sina inköp på olika marknader är inte bara relevant för de lokala återförsäljarna utan även för varumärken som säljs över gränserna.”

Om Colliers International Group

[Colliers International Group Inc.](#) (Nasdaq:[CIGI](#)) (TSX:[CIG](#)) är globala ledare inom kommersiella fastighetstjänster med mer än 16 000 anställda i 66 länder. Med en företagsam kultur tillhandahåller Colliers anställda ett komplett utbud av tjänster till hyresgäster, ägare och investerare världen över. Tjänsterna är strategisk sälj- och köprådgivning, uthyrning, globala verksamhetslösningar, fastighets- och tillgångsförvaltning, arbetsplatslösningar, hotellförsäljning- och rådgivning, rådgivning- och värderingstjänster, marknadsanpassad research och insiktsfulla konsulttjänster.

För de senaste nyheterna från Colliers, besök [Colliers.com](#) eller följ oss på [Twitter](#): @Colliers och [LinkedIn](#).

Den starka globala organisationen stöder [Colliers International i Sverige](#), som är en privatägd fastighetsrådgivare med specialisering inom uthyrning, förvaltning, och försäljning av kommersiella fastigheter och lokaler. Med kontor i Stockholm och Göteborg samt ett starkt skandinaviskt samarbete ser vi till att våra kunder får professionell rådgivning inom alla delar av den kommersiella fastighetsmarknaden.

För de senaste nyheterna från [Colliers International Sverige](#), besök [colliers.se](#)

Kontaktpersoner



Eva Silfwerflycht

Presskontakt

Digital & PR

Marketing

eva.silfwerflycht@colliers.com

073 807 06 78