

Veckans tanke

onsdag 22 augusti 2018

Mat på nätet – ger fler enkla jobb, bättre miljö och högre BNP

Ingen kan ha undgått att e-handeln i snabb takt håller på att förändra hur vi handlar i både Sverige och resten av världen. För närvarande ligger marknadens fokus på den dramatiska utvecklingen inom klädhandeln där traditionella butiker får allt svårare att klara sig i konkurrensen med nätet. För maten, som är den enskilt största varugruppen inom detaljhandeln, är dock e-handel fortfarande en marginell företeelse som förra året bara stod för 2% av den totala omsättningen. Många menar också att livsmedel inte lämpar sig för e-handel och att branschen därför löper låg risk att utsättas för samma stålbad som drabbat många andra fysiska butiker. Men utvecklingen går snabbt och e-handel med livsmedel växer så det knakar. Om mat på nätet lyckas gå från att vara en nischprodukt idag till att bli en massprodukt i framtiden så kommer det få stora konsekvenser inte bara för vanliga livsmedelsbutiker utan även för resten av e-handeln och många andra områden i samhället.

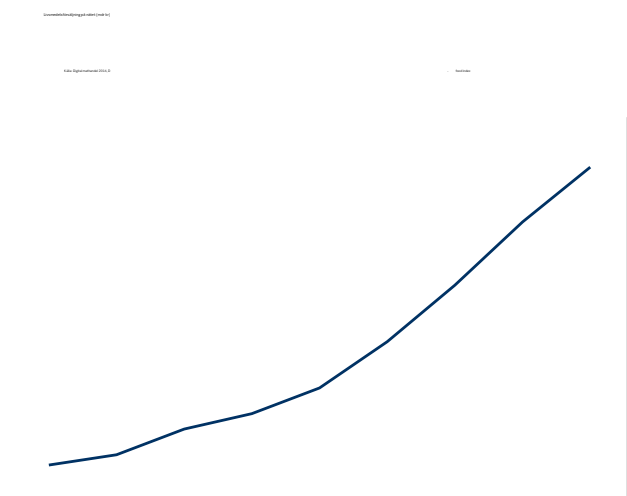


Johan Javeus,
070-325 51 45
[@JohanJaveus](https://twitter.com/JohanJaveus)
johan.javeus@seb.se

För flera decennier sedan startade en trend där mindre butiker i stan började konkurreras ut av större livsmedelsbutiker utanför städerna som lockade med både lägre priser och ett betydligt större utbud. Kunderna vallfärdade till ICA Maxi och Coop Forum för att veckohandla. I detaljhandelsbranschen finns ett talesätt att "dit maten flyttar, dit flyttar kunderna". Resultatet ser vi i dagens köpcentrum och handelsområden utanför stads kärnorna dit många av oss varje vecka tar bilen för att storhandla. Frågan är dock hur länge vi kommer fortsätta med det. Var och hur vi handlar vår mat i framtiden kommer ha stor betydelse för resten av detaljhandeln det men kommer också skapa ringar på vattnet som kan påverka många andra områden i ekonomin.

E-handeln – på stark frammarsch. Megatrenden inom handeln idag är skiftet mot allt mer e-handel. Trenden är inte ny utan har pågått i snart två decennier. Olika varugrupper har dock påverkats olika mycket av e-handeln. Böcker och musik var först ut och säljs idag huvudsakligen via nätet. På senare år har e-handeln på allvar börjat sprida sig till större varugrupper som kläder och skor. E-handelsföretag som Zalando har vuxit så det knakar medan traditionella klädbutiker dragits med allt större lönsamhetsproblem. Klädhandeln på nätet nådde förra året en marknadsandel på 16% och har därmed passerat den "magiska" omsättningsgräns på 15% för e-handeln som Svensk Handel menar leder till att nästan all framtida tillväxt därefter sker online medan de traditionella butikerna för en alltmer tynande tillvaro.

Mat på nätet – nischprodukt eller massprodukt? Den del av detaljhandeln som många anser kommer ha störst motståndskraft mot att tas över av e-handeln är mat eller i lite bredare mening det vi kallar dagligvaror eller på vanlig svenska det du handlar på ICA eller Coop. Förra året utgjorde e-handel med dagligvaror knappt 2% av den totala omsättningen och gränsen på 15% ser onekligen ut att vara långt borta. Samtidigt är tillväxten snabb med en omsättningsökning på 30% under första kvartalet i år. Men även med en kontinuerlig årlig ökning på 30% skulle det ta nästan 10 år innan e-handeln med dagligvaror passerat 15%-gränsen. Bilden kompliceras också av att vissa dagligvaror ökar också betydligt snabbare än andra.



Läsk har t ex högre e-handelsandel än grönsaker. Svensk Handels uppskattning är att e-handel med mat kommer nå en marknadsandel på mellan 6-11% fram till 2025 (där det mer aggressiva scenariot implicerar drygt 30% årlig tillväxt). Hur snabb tillväxten faktiskt kommer bli är svårt att uppskatta men klart är att dagligvarubranschen efter en sen start nu satsar stora resurser på att utveckla e-handeln samtidigt som en generellt ökande vana att handla på nätet talar för att transformeringen kan komma att gå fortare än de flesta tror idag.

Är det för dyrt med e-handlad mat? Ett argument som ofta förs fram mot att maten kommer att flytta till nätet i någon större omfattning är att e-handlad mat inte ger några uppenbara kostnadsfördelar. Medan musik och böcker går att sälja billigare på nätet än i vanliga butiker är livsmedel både dyrare och krångligare att distribuera via e-kanalen än via vanliga butiker. Därmed kommer mat på nätet alltid vara dyrare än i butik. **Det krockar i sin tur med ett grundläggande krav nästan alla konsumenter har på e-handel nämligen att det ska vara billigare att handla på nätet än i butik.**

Hur dyr är nätmaten?

Det har gjorts många prisjämförelser genom åren mellan butiker och e-handel av dagligvaror. Resultaten landar alltid i att maten på nätet är dyrare och en vanlig uppskattning är att prisskillnaden är ungefär 10%. För att få en dagsfrisk jämförelse handlade undertecknad en egen varukorg i några olika butiker i Stockholm. Som väntat var nätbutikerna dyrare än de fysiska butikerna men givet att det tog ca 50 min (restid + butikstid) att handla på ICA Kvantum som var det billigaste alternativet känns den extra kostnaden på 41 kr för att få allt levererat hem till dörren av MatHem som rätt överkomlig.

	Varupris	Leverans*	Totalpris	Diff (kr)	Diff (%)
Ica Kvantum Butik	654	22	676	0	0%
Ica Supermarket Butik	682	0	682	6	1%
MatHem.se	717	0	717	41	6%
Ica Kvantum e-handel	695	49	744	68	10%
Ica Supermarket e-handel	726	49	775	99	15%

Inköpen gjordes 2018-08-14. * eller bilkostnad.

Så här gjordes jämförelsen: Varukorgen bestående av 24 varor inhandlades på en ICA Supermarket i centrala Stockholm och butikspriset undersöktes även i närmaste större ICA Kvantumbutik utanför stan. Därefter kontrollerades vad samma varor hade kostat online hos ICA och MatHem. Eftersom ICA inte har enhetlig prissättning online utan varje ICA-handlare själv bestämmer sina nätpriser undersöktes både vad varorna skulle kosta att e-handla hos en ICA Supermarket och i ICA Kvantumbutiken. Alla produkter i varukorgen kunde köpas i samtliga butiker. Alla tre nätbutiker kunde erbjuda leverans till dörren dagen efter. ICA-butikerna tog ut en leveransavgift medan hemleverans ingick hos MatHem. Att själv plocka ihop varorna i de fysiska butikerna tog en knapp halvtimme. Restiden till butiken i city var försumbar eftersom den ligger på hemvägen från jobbet. Att åka bil, tur och retur, till ICA Kvantumbutiken tog 20 min och bilkostnaden blev 22 kr beräknad på en schablonkostnad på 36 kr/mil.

Tid är också pengar. Det uppenbara motargumentet till att det är dyrare på nätet är att kundernas egen tid också har ett värde. Att handla och ta sig till och från butiken tar tid och den tiden har ett pris. Enligt SCB:s senaste undersökning av hur vuxna svenskar spenderar sin tid så la vi i snitt 63 min per person och vecka på att handla dagligvarorⁱⁱ. Översätter man det till arbetstid så lägger vi i snitt 1,4 arbetsveckor varje år på dagligvaruhandel. Till det kommer tiden för transport till och från butiken. Av den Nationella Resvaneundersökningen framgår att vi i snitt lägger 49 min i veckan på shoppingresor. Om vi förenklat antar att resorna fördelas på samma sätt som tiden för olika typer av shopping så kan drygt hälften av shoppingresorna kopplas till dagligvaruinköp vilket över ett år motsvarar en halv arbetsvecka. **I snitt skulle den som övergår till att handla all sin mat på nätet alltså kunna frigöra två arbetsveckor per år** (minus den tid som går åt till näthandlandet). Vad två arbetsveckor motsvarar i kronor och ören skiljer sig naturligtvis åt från person till person men vi kan uppskatta det aggregerade värdet genom att anta att vi skulle lägga tiden på våra vanliga jobb istället. Gjorde vi det skulle BNP öka med drygt 200 mdr. Detta är naturligtvis ett mycket förenklat sätt att beräkna betalningsviljan för mat på nätet och syftar mer till att ge en bild av storheterna.

Fler jobb. Ökad e-handel med dagligvaror skulle också bidra till att skapa nya jobb när arbetet med att handla flyttar från att vara oavlönat hushållsarbete (som inte räknas in i BNP) till ett lönearbete som ger någon sysselsättning. Här är det intressant att notera skillnaden mot många andra tjänster som flyttat online genom åren och då lett till färre jobb. När vi övergick till att göra våra bankärenden på nätet förvandlades t ex ett tidigare lönearbete på bankkontoret till ett oavlönat hushållsarbete. När arbetet med att handla dagligvaror professionaliserar leder det också till en betydande effektivisering. En professionell plockare i en butik (eller en robot i ett automatiserat lager) kan tillsammans

med en transportfirma göra arbetet betydligt snabbare än hushållet självt.

En annan aspekt av de nya jobb som kan skapas är att Sverige idag står inför stora utmaningar i att sätta alla nyanlända i arbete. Att många nyanlända har dålig utbildning och svag förankring på arbetsmarknaden gör uppgiften ännu svårare. Ett problem är också att strukturen på den svenska arbetsmarknaden, med några av de högsta lönerna i EU, lett till att det finns för få enkla jobb i ekonomin. Att plocka och leverera mat hem till folk är ett exempel på ett enkelt jobb som det behövs fler av om vi ska lyckas med integrationen. **Ett sätt att stimulera framväxten av fler enkla jobb skulle vara att göra plockning och hemleverans av dagligvaror rutavdragsberättigad.** Idag är att handla mat inte en rutavdragsberättigad tjänst och på Skatteverkets hemsida kan man läsa att *"inget avdrag ges för utgift för resor eller beställning och hemkörning av livsmedel"*. Hur många jobb som skulle kunna skapas beror ju på hur populär tjänsten skulle bli. Om vi som en illustration antar att 10% av hushållen i Sverige skulle köpa en timme hjälp med att handla mat per vecka skulle det allt annat lika kunna resultera i över 12 000 nya heltidsjobb. **Här finns en möjlighet för nästa regering att ge e-handel av mat en extra skjuts och därmed bidra till att skapa fler enkla jobb.**

E-handel bra för miljön. En annan anledning att omfamna ökad e-handel med mat är att det är bra för miljön. Det innebär färre bilresor och att färre hushåll behöver äga en egen bil. Enligt Nationella Resvaneundersökningen körde vi i Sverige 10 409 miljoner km med bil för shoppingresor 2016 och enligt Transportstyrelsen släpper en bil i snitt ut 123 gram koldioxid per km. Givet antagandet att drygt hälften av shoppingresorna går att koppla till dagligvaruhandel handlar det om utsläpp på mer än 700 000 ton koldioxid per år. Potentialen för att minska både utsläpp och trängsel genom att underlätta för fler samordnade mattransporter är betydande. MatHem uppger t ex att de i en lastbil kan transportera leveranser för upp till 30 hushåll.ⁱⁱⁱ

Tröga konsumtionsmönster. Trots att det är rationellt för både hushåll och samhället att låta någon annan sköta arbetet med att handla dagligvaror så finns alltid betydande trögheter när ett inarbetat konsumentbeteende ska ändras. Ändå är trenden tydlig både på lång och kort sikt – vi gör allt mindre hushållsarbete själva. För drygt 100 år sedan var det fortfarande vanligt att man i hushållet sydde en del egna kläder. För ett par decennier sedan var normen att nästan all mat vi åt hade tillagats i hemmet. Det är länge sedan vi slutade sy egna kläder och allt fler köper idag färdiglagad mat i butiken eller hämtmat från någon restaurang. Den mest uppmärksammade förändringen under senare år är annars att hushållstjänster som städning i ökande omfattning köps av allt fler hushåll. Nyckeln till förändringen var att rutavdraget gjorde städning i hemmet prismässigt överkomligt för ett stort antal människor och förra året köpte svenska hushåll ruttjänster för 4,6 mdr.

Dagligvarubranschen satsar också stort på att försöka pressa priserna för e-handeln. Ökad automatisering samt att i början subventionera e-handeln för att kunna bygga upp en kritisk massa av kunder så att man kan dra nytta av stordriftsfördelar är två vägar att få ned kostnaderna. Men vid sidan om priset behöver också själva tjänsterna utvecklas för att passa och underlätta för kunderna. Att klicka på bilder av matvaror i en traditionell nätbutik dominerar näthandeln idag men tjänster som smarta inköpslistor som förutser vad du behöver köpa finns redan hos vissa leverantörer och kan bidra till att ytterligare förenkla vardagen. Om några år kanske det t o m går att låta sin digitala röststyrda assistent sköta allt det praktiska med matinköpen från planering till beställning och betalning.

Boom för elektroniska lås. Något som däremot inte kommer att kunna ske digitalt är själva leveransen som dessutom är mer komplicerad för livsmedel än för andra varor. Färskvaror kan till skillnad från annat vi köper på nätet inte mellanlagras i några



dagar hos ett paketombud. Dagens kunder förväntar sig dessutom att e-handlad mat ska levereras till ända fram till dörren. Konceptet med hemleverans av livsmedel är långtifrån nytt utan var rätt vanligt på landsbygden förr i tiden

då många hushåll fortfarande saknade bil. Idag riktar sig hemleveranser dock i första hand till kunder i tätorter. Den standard som vuxit fram är att varorna ska kunna levereras inom ett dygn men fortfarande måste kunden vara hemma och ta emot leveransen. Även om det bokade tidsfönstret man måste passa är relativt litet upplevs det ändå av många kunder som en begränsning som minskar flexibiliteten.^{iv} Det finns emellertid redan tekniska lösningar för att komma runt även det problemet.



Elektroniska lås som möjliggör att vi kan släppa in varubud, städfirmor eller hantverkare utan att vi behöver ge ut vare sig nycklar eller vara hemma finns redan att köpa på marknaden. Med en sådan lösning blir distributionskedjan komplett och matvaror kan levereras inte bara till kundens

ytterdörr utan hela vägen in i kundens kylskåp. Man löser då inte bara e-handels klassiska utmaning att hitta en smidig leveranslösning för den "sista kilometern" fram till kundens dörr utan även för de "sista metrarna" in i hemmet. **Lösningen innebär inte bara högre flexibilitet för kunden som inte behöver vara hemma utan även för transportföretaget som kan välja en mer effektiv rutt mellan olika kunder på tider under dagen som är trafikmässigt lättare att leverera på.** Det är viktigt både för att kunna hålla nere leveranskostnaderna men även för att få så stora positiva miljöfördelar som möjligt. En uppenbar invändning är att många nog inte är beredda att släppa in en främmande person oövervakad i sin bostad och idag är det bara 2% som uppger att det skulle vilja ha leverans direkt till kylen^v. Men mycket av den motviljan handlar antagligen om att etablera nya vanemönster. Någon kommer vilja bli först med att sätta sig i en självkörande taxi medan den stora massan väntar tills de ser att det fungerar. Precis på samma sätt lär det bli med leveranser in i våra hem och flera företag som Mat.se och ICA har redan inlett försök med leveranser till kundens kylskåp^{vi}. Även om det fortfarande är i sin linda så kommer förändringen när den väl ägt rum att snabbt sprida sig till övrig e-handel. **När det man köper på ICA kan levereras utan att man behöver vara hemma kommer de flesta förvänta sig samma service för annat man handlar på nätet.**

Framtida huvudvärk för Riksbanken. I början kommer e-handel av mat framförallt styras av hur väl aktörerna lyckas anpassa sina tjänster så att de passar kunderna. Men i takt med att marknaden mognar kommer konsumenter precis som för andra varor i större utsträckning börja använda nätet för att aktivt jämföra priser på mat. Idag är det lätt för den som ska köpa en bilförsäkring att knappa in registreringsnumret hos Compricer eller en annan prisjämförelsetjänst som sedan på några sekunder skannar marknaden efter den billigaste försäkringen. Framöver kommer du troligen göra samma sak med inköpslistan för dina matvaror. Faktum är att Matspar.se redan erbjuder konsumenten en sådan tjänst. Testar man den på de 24 varorna från rutan på förra sidan får man följande resultat^{vii}. Riksbanken har i många år

kämpat för att nå inflationsmålet på 2%. Något som bidragit till att försvåra för Riksbanken är prispress från e-handel. Maten som utgör ca 15% av konsumentprisindex har hittills varit relativt förskonad från prisjämförelser på nätet men det lär ändras framöver. **För Riksbanken kan e-handlad mat på sikt bli en ny källa till strukturellt låga prisökningar inom en mycket stor varugrupp.**

Osäker framtid för Systemet. När mathandeln på allvar börjar migrera till nätet kommer de hushåll som valt bort att kånka på matkassar knappast vilja fortsätta att släpa på systempåsar. Redan idag finns möjligheten för svenska hushåll att helt lagligt beställa öl, vin och sprit från utlandet via nätet. Regeringen har visserligen haft långtgående planer på att förbjuda näthandel med alkohol men förslaget har stött på mycket motstånd och många menar också att ett förbud skulle strida mot EU-reglerna varför det sedan ett drygt år ligger på is. CityGross erbjuder redan för fem år sedan sina e-kunder att köpa vin via e-handlaren Winefinder och sedan 2017 har MatHem samma erbjudande^{viii}. Systembolagets svenska försäljningsmonopol rundar man genom att kunden i formell mening inte handlar alkoholen av MatHem utan av Winefinder som har sitt lager i Danmark. MatHem står bara för transporten. Systembolaget har startat försöksverksamhet med en egen e-handelslösning för leverans direkt hem till kunderna. Logistiskt blir det dock både krångligare och dyrare att handla på två ställen med två separata leveranser. En möjlig framtida utveckling skulle vara att Systembolaget inleder samarbete med livsmedelsbutikerna på nätet om koordinerade transporter. Systembolaget är då i formell mening kvar som säljare men upplevelsemässigt blir det naturligtvis en rätt otydlig gränsdragning för kunden. I takt med att e-handeln fortsätter att växa blir det allt svårare att upprätthålla nationella försäljningsmonopol och risken stor är att Systembolaget förlorar sitt försäljningsmonopol precis som Svenska Spel gjorde nyligen.

Vinnare och förlorare när maten flyttar till nätet. Som vid alla skiften så finns det både vinnare och förlorare. Vissa butiker kommer få svårt att överleva i konkurrensen med näthandeln och speciellt de stora butikerna utanför stan spås få problem. För personalen inom handeln behöver det inte vara negativt. Trots allt innebär näthandeln att matleverantören övertar arbete som idag görs av hushållen och såvida inte all plockning robotiseras kommer det skapas jobb även där. Transportsektorn kommer vara en vinnare inte bara för att dagligvaror är en transportintensiv del av e-handeln utan också för att maten kommer driva på mer sofistikerade transporttjänster även för övrig e-handel. Nya transportjobb bör vara extra välkomna då den sektorn står inför ett eget stålbad inom några år som följd av utvecklingen mot självkörande bilar. En annan klar vinnare är tillverkare av elektroniska lås som kommer få en boom när nya konsumtionsvanor kräver teknik som möjliggör smartare leveranslösningar. Dagens paketutlämningsställen får däremot bereda sig på dystrare tider på sikt. Miljön är en stor vinnare när biltransporterna minskar. I grunden är e-handel en mer effektiv försäljningsmodell än den vi har idag och i det perspektivet kommer vi, kunderna, vara de stora vinnarna eftersom vi får mer tid över till att göra annat.

Jämför kundvägn	
Totalsumma (inkl. frakt)	705:-*
	mat.se
	711:-*
	coop
	725:-*
	MatHem.se
	743:-*
	Hemköp
	758:-
	ICA
	767:-*
	Willlys



ⁱ Svensk Digital Handel & HUI Research

ⁱⁱ Tidsanvändningsundersökningen 2010

ⁱⁱⁱ MatHem årsredovisning 2017

^{iv} VTI, Köpa mat online?, 2018

^v HUI Research, Digital Mathandel 2018

^{vi} Di Digital, 2016

^{vii} Att priset från ICA är högre än i undertecknads jämförelse beror på att Matspar.se valt en annan ICA-butik än den jag jämförde med.

^{viii} MatHem årsredovisning 2017