



Rejält uppsving för fysisk handel – störst ökning hos unga konsumenter

Svenska konsumenter prioriterar upplevelsen framför bekvämligheten – under förra året ökade omsättningen i fysiska butiker med 11%, medan e-handeln minskade med 5%. Generation Z, unga konsumenter mellan 18 och 28 år, står för den största ökningen och spenderar 25% mer pengar i fysiska butiker under 2024.

Det visar en ny rapport från Voyado som baseras på 280 miljoner köp i Sverige under 2023 och 2024.

Den fysiska handeln har återhämtat sig från pandemins låga nivåer och ökat intäkterna med 109% sedan 2021. Rapporten visar att butikshandeln inte bara har stabiliserats, utan fortsätter att växa och stod för 74% av detaljhandelns totala intäkter under det gångna året.

”E-handeln har tidigare setts som detaljhandelns sätt att driva tillväxt, men nu ser vi en tydlig omvärdering. Fysiska butiker blir allt viktigare för varumärken som vill skapa lojalitet och differentiera sig i en hårdnande konkurrens”, säger **Felix Kruth**, Chief Product Officer på Voyado.

Fysisk handel ökar för alla produktkategorier

Försäljningen i fysiska butiker ökar i alla produktkategorier jämfört med föregående år.

De snabbast växande segmenten är:

- Mode – premiumsegmentet (+45%)
- Apotek & hälsa (+41%)
- Elektronik (+29%)

Årets data visar tydligt att det inte är specifika produkter som driver tillväxten, utan snarare kundens vilja att uppleva varor och få personlig service.

"Den fysiska butiken erbjuder något e-handeln inte kan – möjligheten att direkt uppleva, känna på och ta med sig produkten hem. Trots snabba leveranser online är butiken det enda sättet att få varan omedelbart, vilket gör den till en viktig del av köpupplevelsen," säger Felix Kruth.

Generation Z – den digitala generationen väljer butiker

Generation Z står för den största ökningen av butiksinköp, med en uppgång på 25%, vilket gör dem till den främsta drivkraften bakom butikshandelns tillväxt. Möjligheten att prova produkter, få personlig service och delta i butiksevent har blivit avgörande faktorer.

Rapporten visar även att unga konsumenter, uppvuxna med e-handel och vana vid att jämföra priser och erbjudanden, får i snitt 7,1% högre rabatter än genomsnittet. För företag innebär detta en utmaning – men ett ökat fokus på den fysiska upplevelsen skapar möjligheter att konkurrera på mer än bara pris.

"Vi har sett flera exempel på varumärken som lockar unga genom fysiska butiker, som LYKO och Caia. Detta visar vikten av community och varumärkesbyggande hos de unga och något som retailers måste ta i beaktning 2025," avslutar **Felix Kruth**.

For mer information, vänligen kontakta:

Sara Backsell—Brand & Communications Lead på Voyado

sara.backsell@voyado.com

+46 (0)76-288 56 15

Insikter baserade på 280 miljoner köp i Sverige under 2023-2024

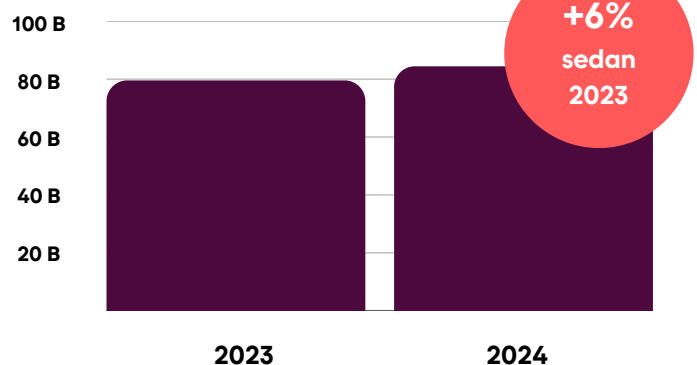
Om rapporten

Retail Radar är en årlig rapport som kartlägger konsumenttrender i Sverige, Norge och Danmark. Rapporten är framtagen av Voyado. De insikter som är specifika för Sverige och presenteras i denna bilaga baseras på 280 miljoner köp under 2023 och 2024.

Rapporten ger en inblick i hur svenska konsumenter prioriterar sina inköp, påverkade av ekonomiska förutsättningar och andra makrofaktorer.

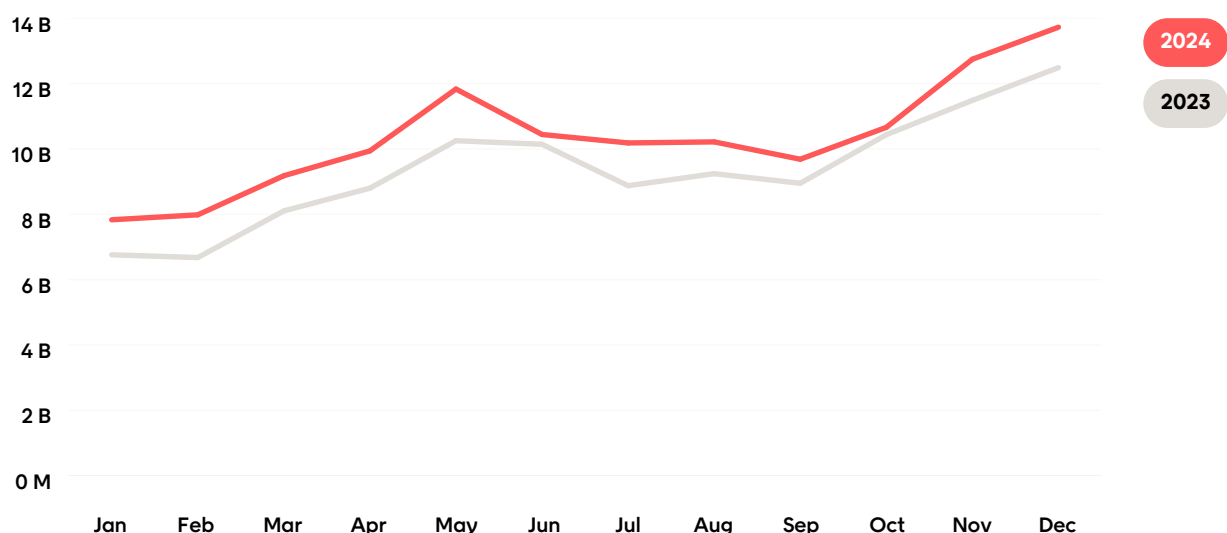
Total försäljning 2024

Den totala detaljahandelsförsäljningen i Sverige, online och i butik sammantaget, har ökat med 6% jämfört mot 2023.



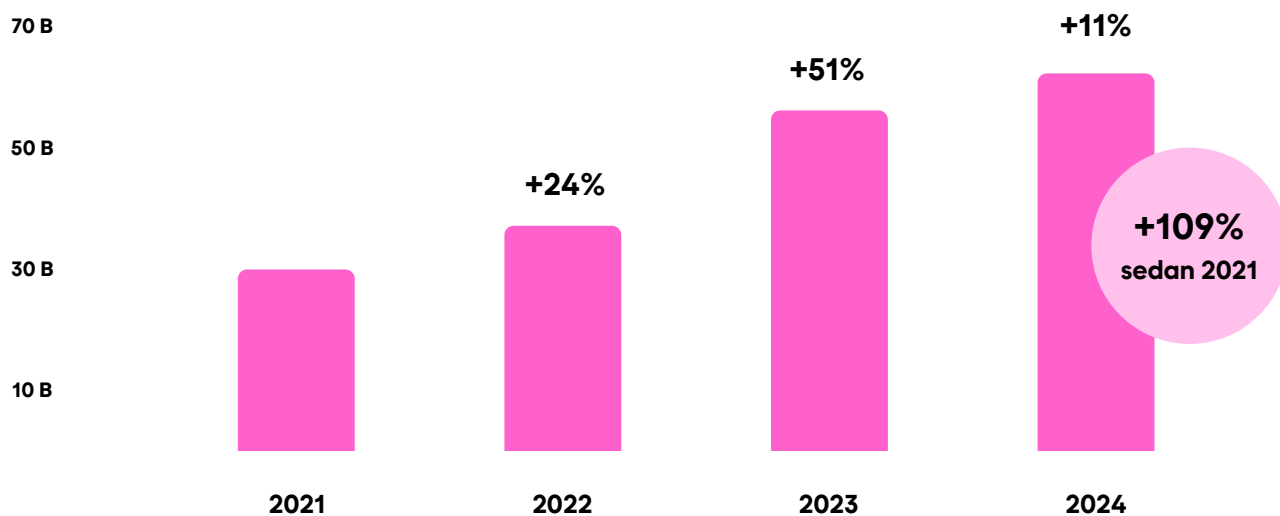
Försäljning i fysisk butik, 2023 & 2024

Försäljningsvolymen har ökat stadigt under hela 2024 jämfört med 2023.



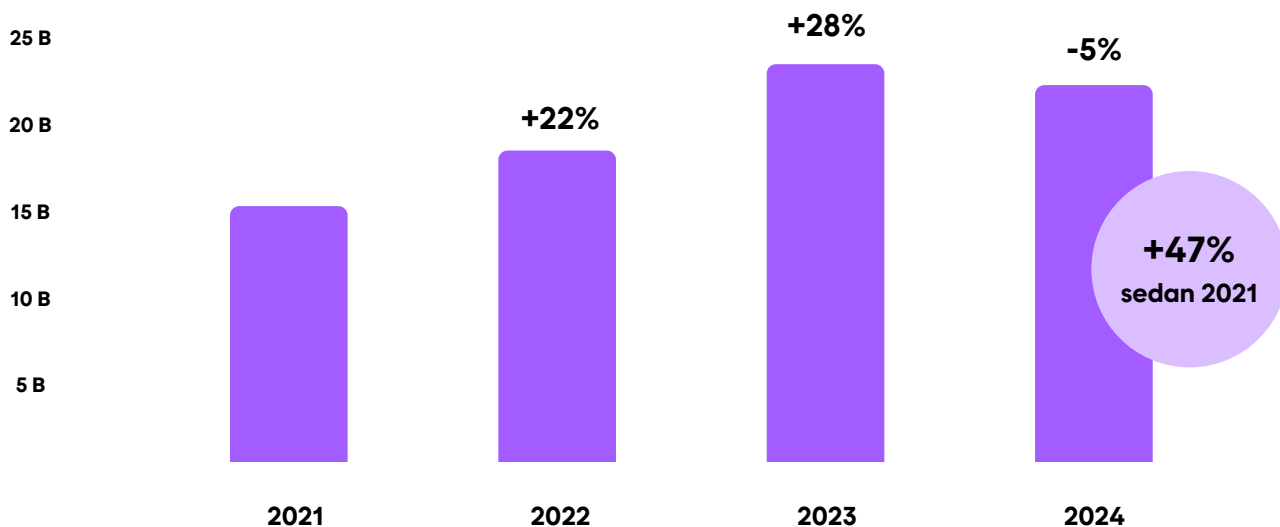
Försäljning i fysisk butik 2021—2024

Den fysiska handeln har återhämtat sig från pandemins låga nivåer och ökat sin omsättning med 109 % sedan 2021.



Försäljning online 2021—2024

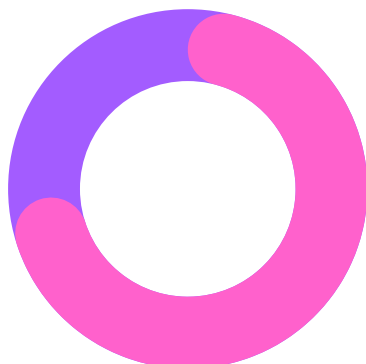
E-handeln i Sverige har fortsatt växa från höga nivåer under pandemin, men rapporten visar att tillväxten inte bara avstannade – intäktsvolymerna minskade.



Fördelning mellan försäljning online och i fysisk butik

Rapporten visar att butikshandeln inte bara har stabiliserats, utan fortsätter att växa och stod för 74% av detaljhandelns totala intäkter under det gångna året.

26%
online

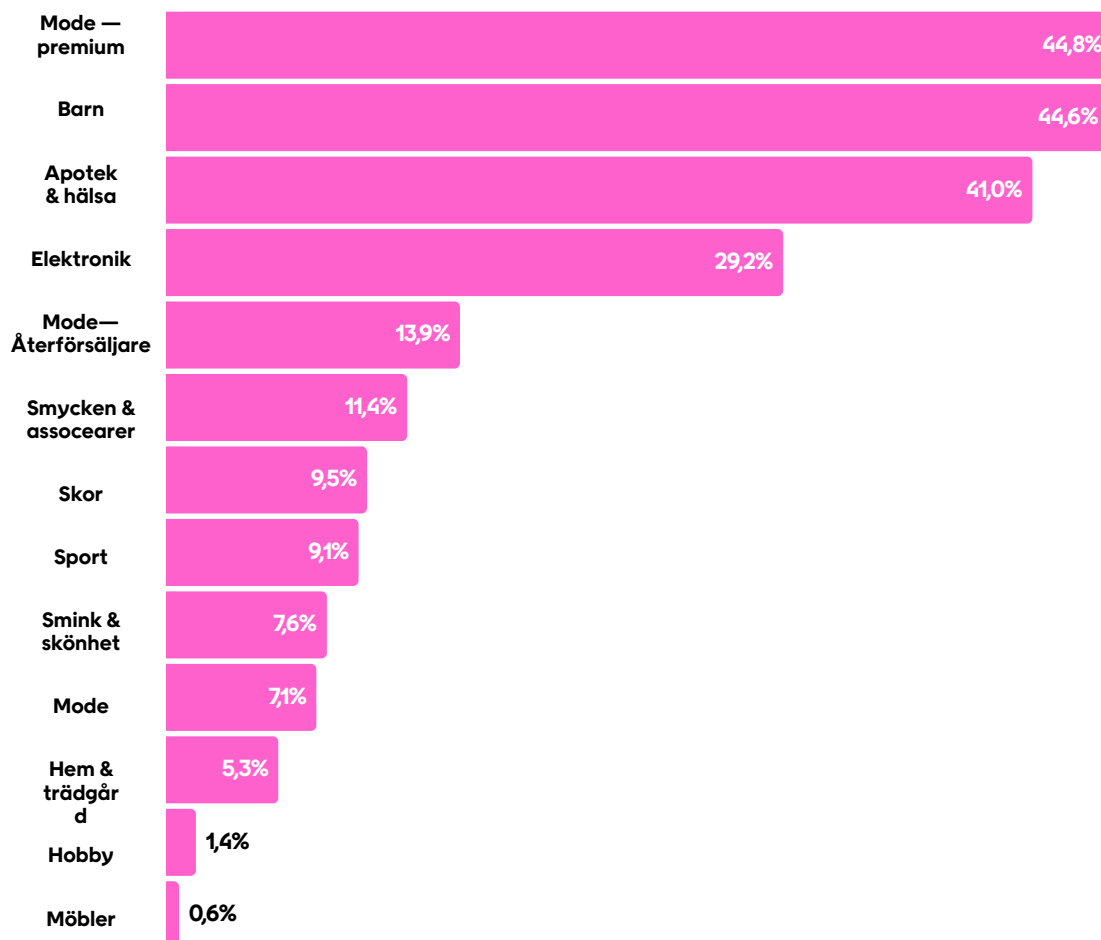


74%
fysisk butik

Ökad försäljning i fysisk butik, 2024 mot 2023

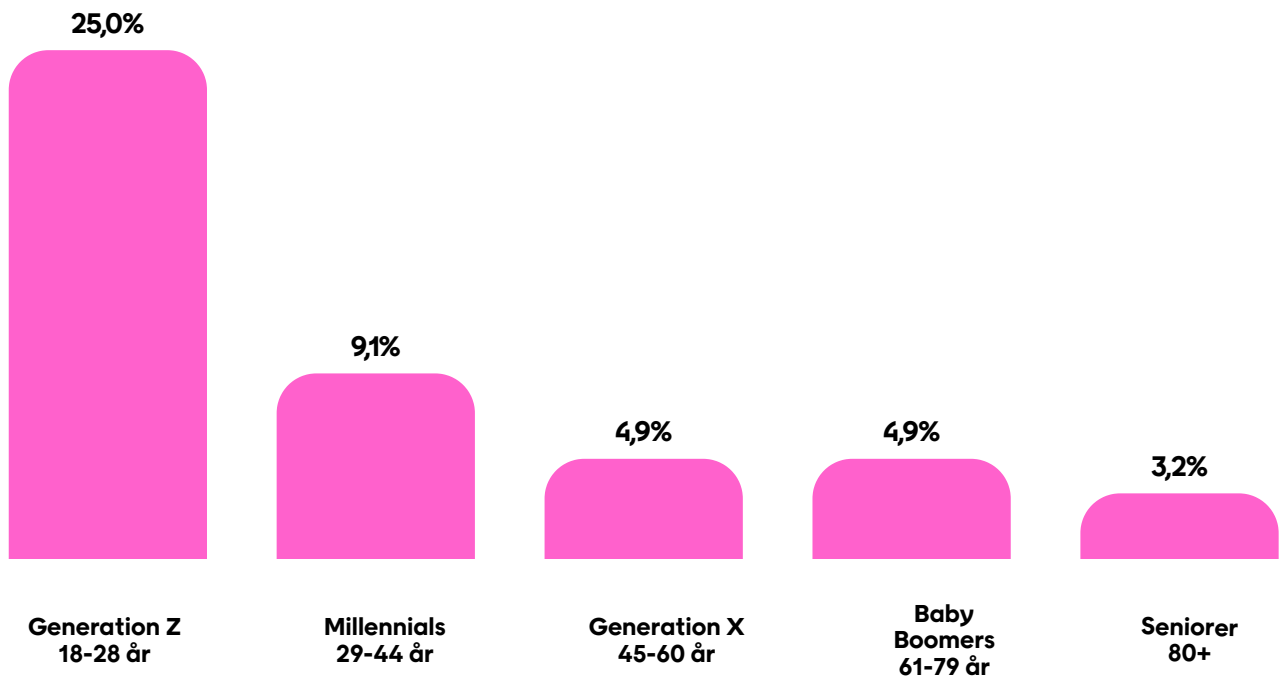
—Produktkategorier

Försäljningen i fysiska butiker ökar i alla produktkategorier jämfört med föregående år.



Ökad försäljning i fysisk butik, 2024 mot 2023 —Åldersgrupper

Generation Z står för den största ökningen av butiksinköp, med en uppgång på 25%, vilket gör dem till den främsta drivkraften bakom butikshandelns tillväxt.



Om Voyado

Voyado bygger smarta lösningar särskilt för retailbranschen och hjälper varumärken att driva konverteringar genom hela köpresan – från första touchpoint till långsiktig lojalitet. Den AI-drivna plattformen kopplar samman kunddata med produktförståelse och är utformad för att analysera konsumentbeteenden, så att retailers får den data och teknologi de behöver för att skapa relevanta och engagerande köpresor. Resultatet? Starkare kundrelationer och fler återkommande affärer.

Voyado har 350 anställda och stöttar kunder över hela norra Europa.