

Svensk Digital Handels programförklaring:

Snabbare, närmare och mer hållbara e-handelsleveranser

Svensk e-handel ligger i många avseenden i framkant. Men när det kommer till leveranser finns det väldigt mycket som måste bli bättre. Hela branschen måste tillsammans ta ett krafttag i att hjälpa och göra det möjligt för konsumenter att göra hållbara leveransval samtidigt som de måste få bestämma när, var och hur en vara ska levereras. För att klara av kommande års paketvolymsökning måste vi utveckla en ny, konkurrensneutral och kostnadseffektiv, infrastruktur för hemmanära leveranser. För att lyckas krävs betydlig mer av dialog och samverkan mellan alla aktörer i branschen. Därför har Svensk Digital Handel tagit initiativ till ett program för mer hållbara och konsumentdrivna leveranser.

Svensk Digital Handel har länge varit pådrivande för att förbättra kundupplevelsen kring leveranser. I början av 2010-talet tog vi fram ett program för vilka förändringar vi ville se på marknaden. Ett av kraven var leveranser till paketombud på lördagar och söndagar. För några år sedan blev det delvis verklighet när PostNord började leverera till ombud på lördagar.

Mycket har blivit bättre de senaste åren när det kommer till e-handelsleveranser, men mycket återstår att göra för oss alla i branschen. Med hjälp av deltagarna i Svensk Digital Handels logistiknätverk har vi det senaste året jobbat fram ett nytt program för vilka förändringar vi vill se de kommande åren. Programmet kommer löpande uppdateras och handlingsplaner ska utvecklas för respektive punkt. Programmet i dess nuvarande form antogs av föreningen Svensk Digital Handels styrelse i september 2019.

En av de första krönikorna jag skrev som nybliven VD för Svensk Digital Handel i augusti 2018 hade rubriken *"Det behövs mer dialog och samverkan inom svensk e-handel"*. Den handlade framförallt om planeringen inför julhandeln 2018. Tyvärr blev responsen inte som jag tänkt mig inför julhandeln 2019. Men låt oss planera 2020 års julhandel tillsammans utan ensidiga prishöjningar. Låt oss ta oss an hållbarhetsutmaningen tillsammans utifrån hela branschens perspektiv. Och låt oss också göra det mer smidigt och enkelt att vara e-handelskonsument när det gäller när, var och hur varor ska leveras i kombination med hållbarhet. Nu gör vi verklighet av talet om dialog och samverkan i branschen för att skapa optimala kundupplevelser - även när det kommer till leveransen.

Stockholm 2019-10-22

Per Ljungberg

VD Svensk Digital Handel

E-handelsleveranser på konsumentens villkor

E-handeln i Sverige fortsätter att öka i snabb takt. Enligt e-barometern förväntas e-handeln i Sverige växa med 14 procent under 2019 och stå för cirka 10 procent av den totala detaljhandelsomsättning. Inom sällanköpshandeln sker numera all tillväxt på nätet. Samtidigt ökar samspelen mellan fysiska och digitala kanaler, för konsumenten är kanalen idag oväsentlig. Det är kundupplevelsen som räknas. Och i den kundupplevelsen ingår allt oftare en e-handelsleverans.

Tyvärr fallerar kundupplevelsen fortfarande alltför ofta när det kommer till leveransen. Enligt e-barometern Q2 2019 fick bara 63 procent av konsumenterna välja hur de skulle få sin vara levererad vid sitt senaste e-handelsköp och trots att 51 procent av konsumenterna föredrar hemleverans är det i nuläget bara 29 procent av varorna som levereras hem. Det krävs fortsatt nytänkande för att se till att fler får sina varor levererade på det sätt de önskar.

Sverige ligger långt efter - Amazon driver utvecklingen i väst men Kina visar vägen.

Amazon har med sitt Prime-medlemskap drivit på utvecklingen mot mer konsumentdrivna leveranser i västvärlden. Numera lovar Amazon leverans inom ett dygn till ett stort antal av de största städerna i USA. Och andra stora aktörer, som Walmart och Target, har hakat på.

I Kina har de kommit ännu längre när det gäller både snabbhet och närhet. I genomsnitt kommer 70 procent av leveranserna i Kina fram inom ett dygn. Enligt e-barometern Q2 2019 är motsvarande andel i Sverige 11 procent. I Kina har man också kommit mycket långt när det gäller leveranser till paketboxar med digitala lås. Sju procent av leveranserna sker till dessa boxar och det finns drygt 200 000 paketboxar i Kina idag. Målsättningen är att man 2021 ska ha 750 000 paketboxar i landet. I västeuropa har Tyskland med sina ca 15 000 boxar flest utplacerade paketboxar.

Få förebilder inom hållbara leveranser.

Svenska konsumenterna förväntningar sig att leveransen sker på ett hållbart sätt. Enligt Svensk Handels hållbarhetsundersökning 2019 anger drygt tre av fyra konsumenter att det är viktig att företag de handlar från är hållbara. Vi välkomnar denna utveckling. För att konsumenten ska vara trygg med att handla på nätet måste de som levererar varan säkerställa att det sker på ett socialt och miljömässigt hållbart sätt. Här krävs gemensamma krafttag från alla intressenter i branschen för att hjälpa och göra det möjligt för konsumenter att göra hållbara val.

Men de beslut vi fattar måste ske utifrån relevant fakta och med ett omvärldsperspektiv. Det går inte att bortse ifrån att handeln idag är internationellt konkurrensutsatt. Och en leverans blir inte per automatik ohållbar bara för att den sker snabbt, vilket ibland blir intrycket när man läser media och lyssnar på vissa aktörer i branschen.

Nytänkande krävs för att klara kommande års volymökning.

I dag går 64 procent av e-handelsleveranserna till ett paketombud. De aktörer som levererar till paketombud vittnar om att dessa i princip är utbyggda så mycket som det går. Det kommer att behövas fler leveransformer för att kunna ta emot den förväntade paketvolymsökningen kommande år. Och det är bråttom. Enligt uppgifter från PostNord kommer paketvolymerna fördubblas fram till 2022 om e-handeln fortsätter öka med de cirka 15 procent årligen som varit fallet de senaste drygt 10 åren. Paketombuden har inte möjlighet att svälja så stor del av denna ökning. Det är också väldigt tveksamt om nuvarande former för hemleveranser eller click-n-collect i butik kommer kunna hantera resterade del av denna volymökning. Det behövs nya kreativa och kostnadseffektiva lösningar.

Program för mer hållbara och konsumentdrivna leveranser

1. Hjälp konsumenter att göra hållbara leveransval.

Konsumenter vill göra hållbara val när det gäller e-handelsleveranser, men det är verkligen inte lätt i nuläget. Handeln bör tillsammans med logistikaktörerna göra det möjligt.

Fossilfria fraktalternativ som första val.

Ambitionen bör vara att konsumenten alltid har möjlighet att välja ett fossilfritt fraktalternativ för last mile och det alternativet bör vara det förvalda och billigaste i checkouts. De företag som jobbat med nudging i checkouts för att få fler att välja det miljömässigt bästa alternativet vittnar om att det är mycket framgångsrikt. En förutsättning för att e-handlarna ska lyckas erbjuda konsumenter detta är självklart att logistikaktörerna ligger i framkant och prioriterar utbyggnad av sin flotta av fossilfria fordon.

Branschstandard för ekologiskt hållbara lastmile-leveranser.

Flera logistikaktörer profilerar sina tjänster med olika former av klimat- eller miljöbeteckningar, men för konsument är det nästintill omöjligt att förstå vad dessa innebär. Vi tror att det behövs en branschstandard för vad som är en hållbar e-handelsleverans. Vi tror inte det är en enskild logistikaktör som ska sätta denna standard utan det måste ske i dialog och samverkan mellan berörda intressenter.

Emballage anpassade till varans storlek.

Den kanske vanligaste kritiken mot e-handeln är att många företag är för dåliga på att anpassa emballagen till varans storlek. Dåligt anpassade förpackningar innebär att luft utgör en allt för stor andel av fordonens utrymme. Vi välkomnar och sluter upp bakom den opinionsbildning som t ex PostNord driver kring detta och ser gärna att branschgemensamma riktlinjer etableras även för förpackningar.

I många fall innebär även emballage som är bättre anpassade till varors storlek att paket ryms i hushållens postlådor, vilket innebär att de kan delas ut vid den ordinarie utdelningen av post och/eller i samband med utdelning av morgontidningar. Det innebär att varor levereras enda hem till konsumenten i samband med en slinga som oavsett antalet försändelser ska genomföras av distributören, vilket är bra ur ett hållbarhetsperspektiv.

Synliggör returernas ekologiska kostnad.

Smidig returhantering är för många e-handelsföretag en väsentlig del av affären och en förutsättning för att kunna konkurrera med fysisk handel. Framgångsrika e-handelsföretag strävar efter att hålla nere andelen returer. Vi är positiva till utvecklingen av fler digitala showroom för att ännu mer underlätta medvetna val vid beställning, men vi tror också att mer behöver göras för att minska andelen returer. Vi anser bland annat att returernas ekologiska kostnader bör synliggöras i kundkommunikationen. För att göra det möjligt är det viktigt med stor transparens och tillgång av data från logistikaktörerna. Även här tror vi en branschstandard kan vara en väg framåt.

Samordning av cityleveranser.

Antalet hemleveranser i storstäder förväntas öka markant de närmaste åren. I Stockholm levererar fler än 15 olika distributörer e-handlade varor hem till hushållen. På sikt är det ur fler aspekter ohållbart att inte samordna dessa leveranser i större utsträckning än idag. Samordning av leveranser i storstäder, som t ex Älskade Stad i Stockholm, Urban Services i Arenastaden i Solna och Nordstan Cargo Bike Hub i Göteborg, bör uppmuntras och handeln bör vara med och driva, Initiera och stötta liknande Initiativ.

2. Ny infrastruktur för hemmanära leveranser.

De senaste åren har andelen hemleveranser ökat markant på den svenska marknaden. Det är positivt och helt i linje med konsumenternas önskemål. Men för att ha kapacitet att hantera den förväntade paketvolymsökningen behövs en ny infrastruktur för hemmanära leveranser. Paketboxar med digitala lås, placerade nära eller i anslutning till konsumenters hem, är ett bra och hållbart alternativ till leveranser direkt till enskilda konsumenters hem.

Andelen paketboxar har ökat i Sverige de senaste åren, vilket är bra. Men vi tror att en utbredd infrastruktur med paketboxar i Sverige bör vara konkurrensneutral för att möta konsumenters önskemål om smidiga leveranser. Vi tror att handel bör spela en aktiv roll i utvecklingen av en sådan infrastruktur. De är handelns kunder och leveransen är ofta den enda fysiska kontaktpunkt man har med sina kunder vid e-handeln. Handeln bör ta ökad kontroll över kundmötet vid e-handel och få ökad tillgång till den konsumentdata som är kopplad till leveranser. Vi menar därför att handel i hög grad bör vara involverade i eventuell drift, ägarskap och förvaltning av en eventuell organisation som driver ny infrastruktur enligt ovan.

3. Bra servicenivå i hela landet.

Flertalet konsumenter föredrar att få e-handelspaket levererade så nära sitt boende som möjligt. På landsbygden erbjuds hemleveranser främst i form av lantbrevbäring. Vid kommande översyn av postregleringen är det viktigt att slå vakt om lantbrevbäringen. Servicenivån och marknadsföring av möjlighet att få paket utkörda via lantbrevbäring bör snarare utvecklas än försämrats. Den bör vara tydligt kommunicerad av den operatör som är utsedd av PTS att upprätthålla den samhällsomfattande posttjänsten.

Hög servicenivå på landsbygden säkerställs främst genom att flera servicefunktioner samordnas hos t ex lanthandeln. Vi är positiva till en ökad samordning av leveranser till paketombud på landsbygden. Vi tror dock inte det behövs nya mellanhänder i logistikkedjan för att säkra detta utan det bör ske genom att befintliga aktörer samordnar sina transporter. Vid en sådan samordning är det viktigt att inte äventyra konkurrensen på leveransområdet. Den ökade konkurrensen är till stor del anledningen till den positiva utveckling inom e-handelsleveranser som vi har sett de senaste åren.

4. Öppet sju dagar i veckan.

För att e-handel som försäljningskanal ska kunna konkurrera med fysiska butiker alla dagar i veckan, och för att de fysiska och digitala kanalerna ska kunna samspela sömlöst, måste hela logistikkedjan vara igång sju dagar i veckan.

Fler logistikaktörer måste öppna upp sin produktion på helger och olika former av leveranser behöver ske till konsumenterna även på lördagar och söndagar, i fler städer än i Stockholm, Göteborg och Malmö.

Det måste vara enkelt för handlare att kommunicera till konsumenter när leveranser kan ske på helger. Idag saknas till exempel ofta API:er som gör att handlare kan kommunicera i sina checkouter när och var leveranser sker till paketombud på helger.

5. Dialog och samverkan kring julhandelns leveranser

Dialog, samverkan och planering av julhandelns leveranser måste påbörjas direkt efter avslutad julhandel och ske betydligt mer strukturerat från logistikföretagen än vad som är fallet i nuläget. Det gäller inte minst metoden för att inhämta prognoser. Det bör också finnas ekonomiska incitament från logistikaktörer för företag som lämnar träffsäkra prognoser.

Det är också önskvärt att logistikaktörerna underlättar för företagen att lämna närprognoser. Det kan till exempel ske genom att skapa API:er som e-handelsföretag kan implementera som gör att redan efter konsumenten lämnat kassan kan logistikaktören realtidsövervaka antalet genomförda köp med vald leveransmetod.

För att öka kapacitet hos paketombud - och skapa en bättre konsumentupplevelse - bör logistikaktörerna samarbeta mer med franchisetagare för att skapa incitament för konsument att hämta sina paket snabbt.

Sist men inte minst; i flertalet branscher innebär ökade volymer lägre pris. Svensk Digital Handel anser inte att det är rimligt att logistikaktörer höjer priser generellt under peakperiod. Det bör snarare finnas ekonomiska incitament för de företag som underlättar för logistikaktörerna under peakperiod.