



Här finns e-handelsjobben

E-handelns kluster har kartlagts av HUI Research på uppdrag av Handelsrådet och i samarbete med Svensk Digital Handel. Den visar att rätt läge är en framgångsfaktor – men inte den enda.



På Handelsrådets dag presenterade Per Ljungberg, vd för Svensk Digital Handel, "E-handelns lokala närvaro", en kartläggning av e-handelns kluster i Sverige.

Kartläggningen har genomförts av HUI Research på uppdrag av Handelsrådet och i samarbete med Svensk Digital Handel. Rapporten avser 2017.

Per Ljungberg inledde med en lägesbeskrivning:

– I dag sysselsätter e-handeln fem procent av alla som är verksamma i handeln, men e-handeln utgör tio procent av den totala omsättningen i handeln. Vinsterna är dock högre i den fysiska handeln.

Framtiden ser dock annorlunda ut.

Mellan 2007 och 2017 ökade antalet sysselsatta inom den fysiska handeln med 7 procent medan antalet sysselsatta i e-handeln ökade med 77 procent.

Prognosen är att hälften av alla sysselsatta i handeln kommer att arbeta i e-handeln år 2030.

Det gör att kartan ritas om rejält. Jobben i e-handeln kräver helt andra typer av kompetens och e-handelsklustren ligger på andra ställen än den fysiska handeln.

Orter som Morgongåva i Uppland, Eskilstuna, Borås, Helsingborg och Kalmar blir hubbar för e-handel.

– En stark gemensam nämnare för många av orterna är att de finns i starka logistiklägen. Det gäller exempelvis Morgongåva och Eskilstuna. Läget är viktigt eftersom kunderna förväntar sig snabbhet, säger Per Ljungberg.

Men han förklarar också att det inte räcker med rätt läge – det måste också finnas en kommun som är med på noterna, och eldsjälar inom ortens näringsliv som tror starkt på e-handeln.

Rapporten listar fem framgångsfaktorer:

1. Beslutsfattare som har en positiv syn på e-handel
2. Kommun, näringsliv och utbildningsinstitutioner som samverkar strategiskt
3. Nätverk och mötesplatser på orten
4. Kompetensförsörjning prioriteras
5. Insikt om att logistiken är central – men att den inte är tillräcklig i sig själv.

Bland de framgångsrika orterna nämner han Borås där de främsta e-handlarna är kopplade till textil. Orten har en gammal knalletradition, mötesplatsen finns i Föreningen e-handelsstaden Borås och det finns där en samverkan mellan akademi och näringsliv.

Sveriges största e-handelsinkubator Helsingborg är också framgångsrik:

– Kommunen curlar e-handelsföretagen, där finns en tydlig vision. Stadens varumärke, byggt kring kultur och handel lockar kompetens, säger han.

Eskilstuna satsar på snabbhet och professionalism, vilket fått flera stora e-handelsaktörer att lägga sina lager där, och Morgongåva är uppbyggt kring Adlibris och Apoteas stora anläggningar.

Per Ljungberg nämner Kalmar som ett udda exempel:

– Logistikläget är långtifrån optimalt, men där finns i gengäld ett antal personer som brinner för e-handel, med Design Online-grundaren Jörgen Bödmar i spetsen.

Rapporten landar i slutsatsen att lokala e-handelskluster är resultatet av ett målmedvetet och proaktivt arbete med att skapa goda förutsättningar för e-handelsnäringen.

Text och foto: Dagmar Forne