

Svensk Handels Sommarprognos 2018

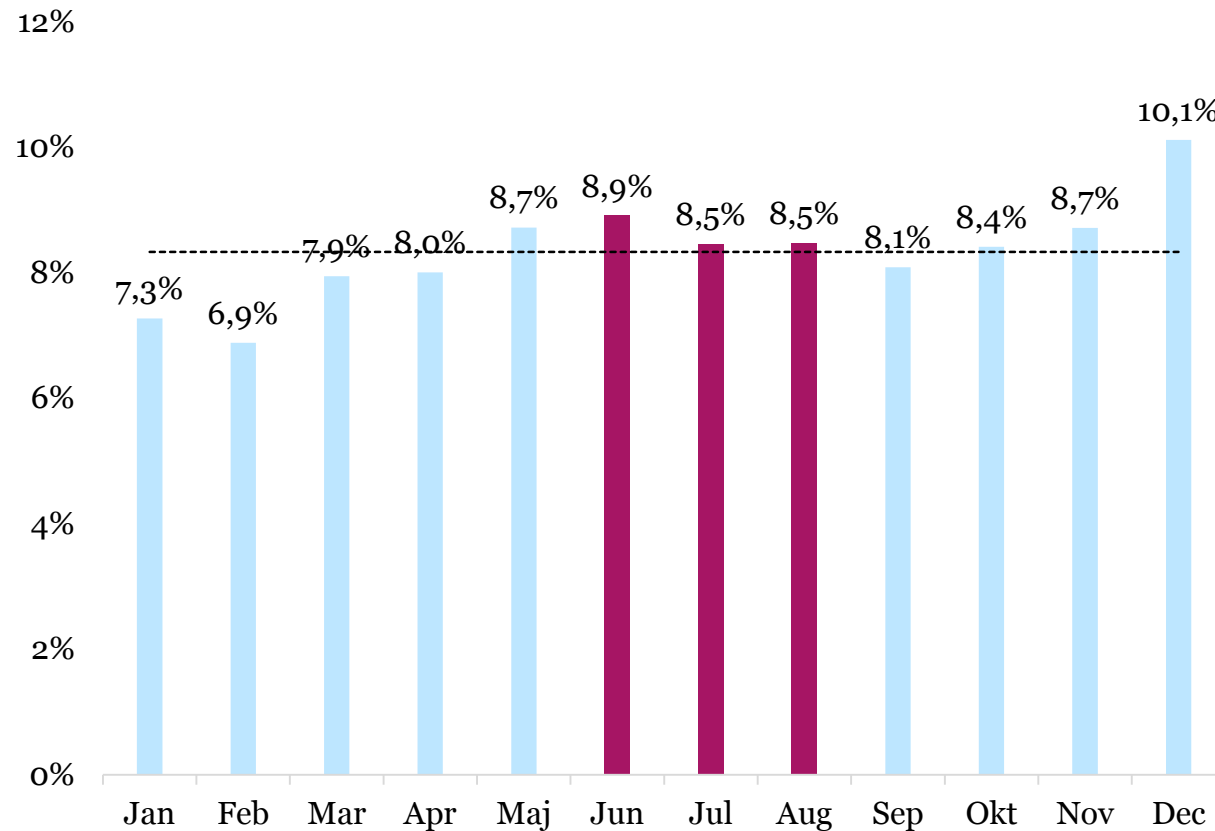
Svensk Handel i samarbete med Nielsen

Sammanfattning

- Sommaren är en viktig försäljningsperiod för detaljhandeln. Sommarhandeln (jun-aug) utgör drygt en fjärdedel av detaljhandelns årsomsättning.
- Några branscher som får en försäljningsskjuts under sommarmånaderna är sporthandel, järn och bygg, dagligvaror, färghandel och systembolag.
- Sommaren bidrar till fler jobb genom extraanställningar. Ofta är det unga personer som får chansen på arbetsmarknaden. Svensk Handel uppskattar att sommarhandeln bidrar till drygt 12 000 extra anställningar.
- Soligt väder gynnar försäljningen i dagligvaruhandeln, mulet gynnar sällanköpsvaruhandeln och e-handeln.
- Midsommar, tillsammans med påsken, befinner sig på delad tredjeplats avseende de viktigaste högtiderna för försäljningen inom handeln.
- Under midsommarveckan förväntas försäljningen i dagligvaruhandeln i år uppgå till 7,5 miljarder kronor. Det är cirka 920 miljoner kronor, eller 14 procent, mer än en genomsnittlig vecka.
- Försäljningen i kategorierna ”Färsk mat” och ”Dryck” ökar kraftigt under midsommarveckan. Försäljningen av sill ökar med 1154 procent jämfört med en genomsnittlig vecka.

Sommarhandeln viktig för detaljhandeln

Månadernas respektive andel av detaljhandelns helårsförsäljning



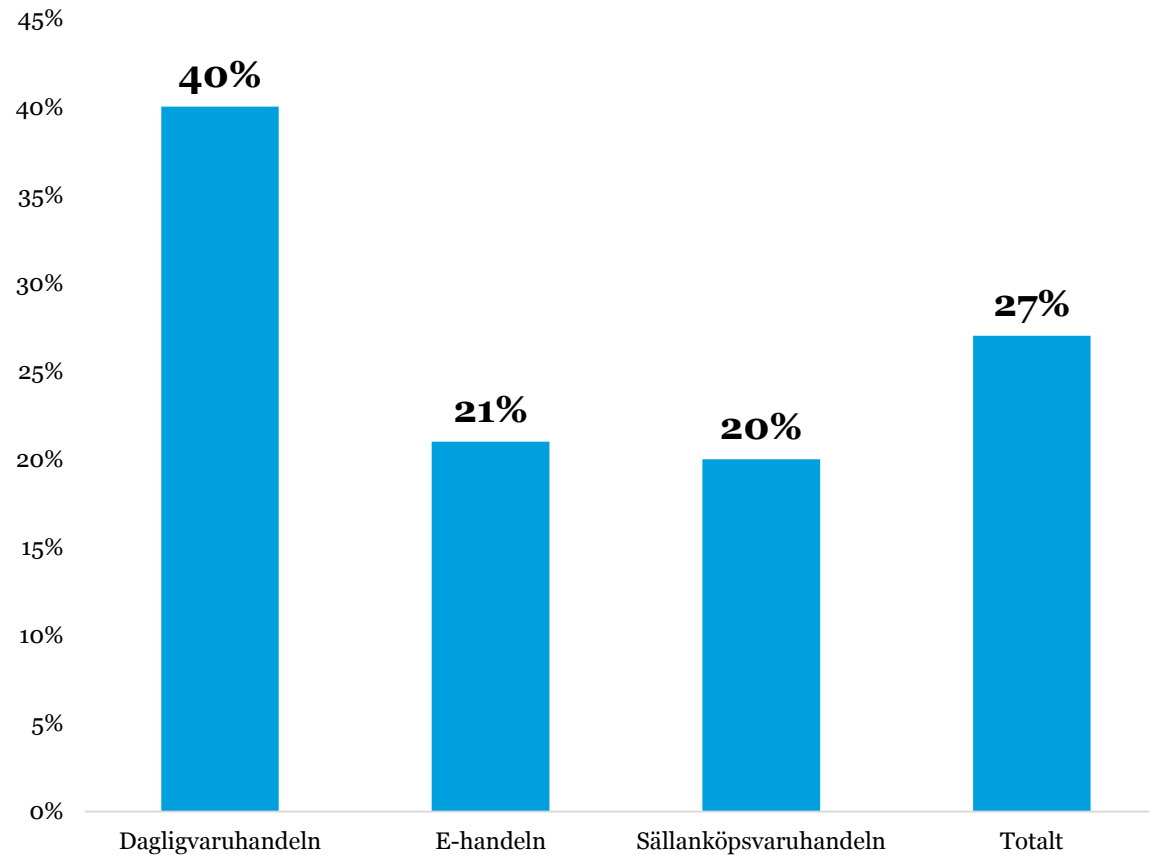
Sommarhandeln, det vill säga försäljningen under sommarmånaderna juni, juli och augusti, utgör drygt en fjärdedel av detaljhandelns totala försäljning under året.

Försäljningen i detaljhandeln uppskattas till **203 miljarder** kronor under sommarmånaderna 2018.

December månad är viktigast för försäljningen i detaljhandeln och motsvarade drygt 10 procent av detaljhandelns totala årsomsättning.

Några branscher som får en försäljningsskjuts under sommarmånaderna är sporthandel, järn och bygg, färghandel, dagligvaror och systembolag.

Flest jobb i dagligvaruhandeln i sommar

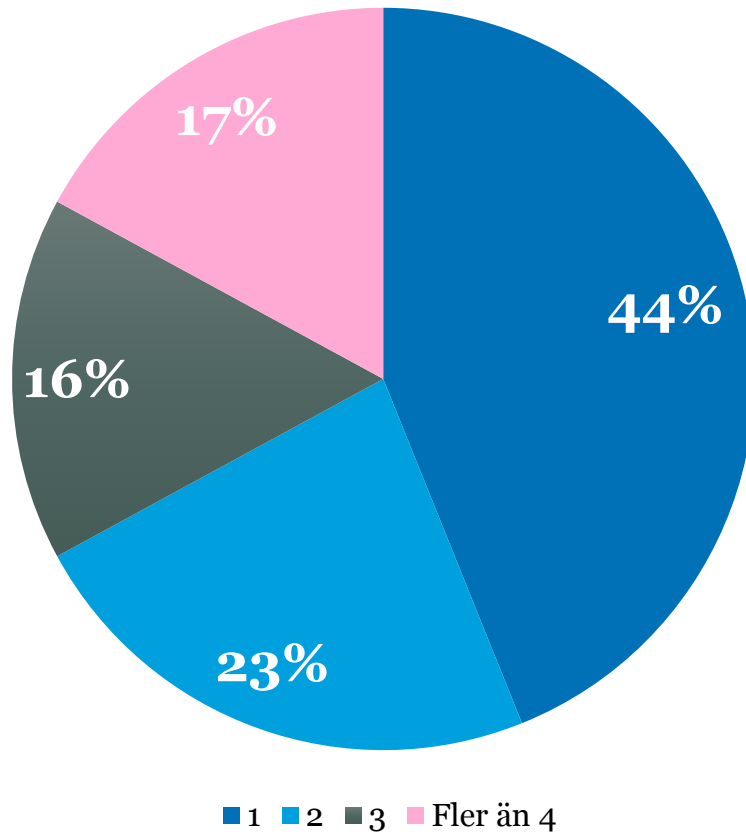


Handeln bidrar till fler jobb. Ofta är det unga personer som får chansen till viktig arbetslivserfarenhet.

Totalt kommer **27 %** av alla handlare att ta in extrapersonal i sommar.

Det är vanligast att ta in extrapersonal inom dagligvaruhandeln. **40 %** av dagligvaruhandlare anger att de kommer att ta in extrapersonal under sommaren.

Ökad handel i sommar skapar 12 000 jobb



44 %

av handlarna anger att de kommer att ta in en person extra under sommaren.

23 %

av handlarna anger att de kommer att ta in två personer extra under sommaren.

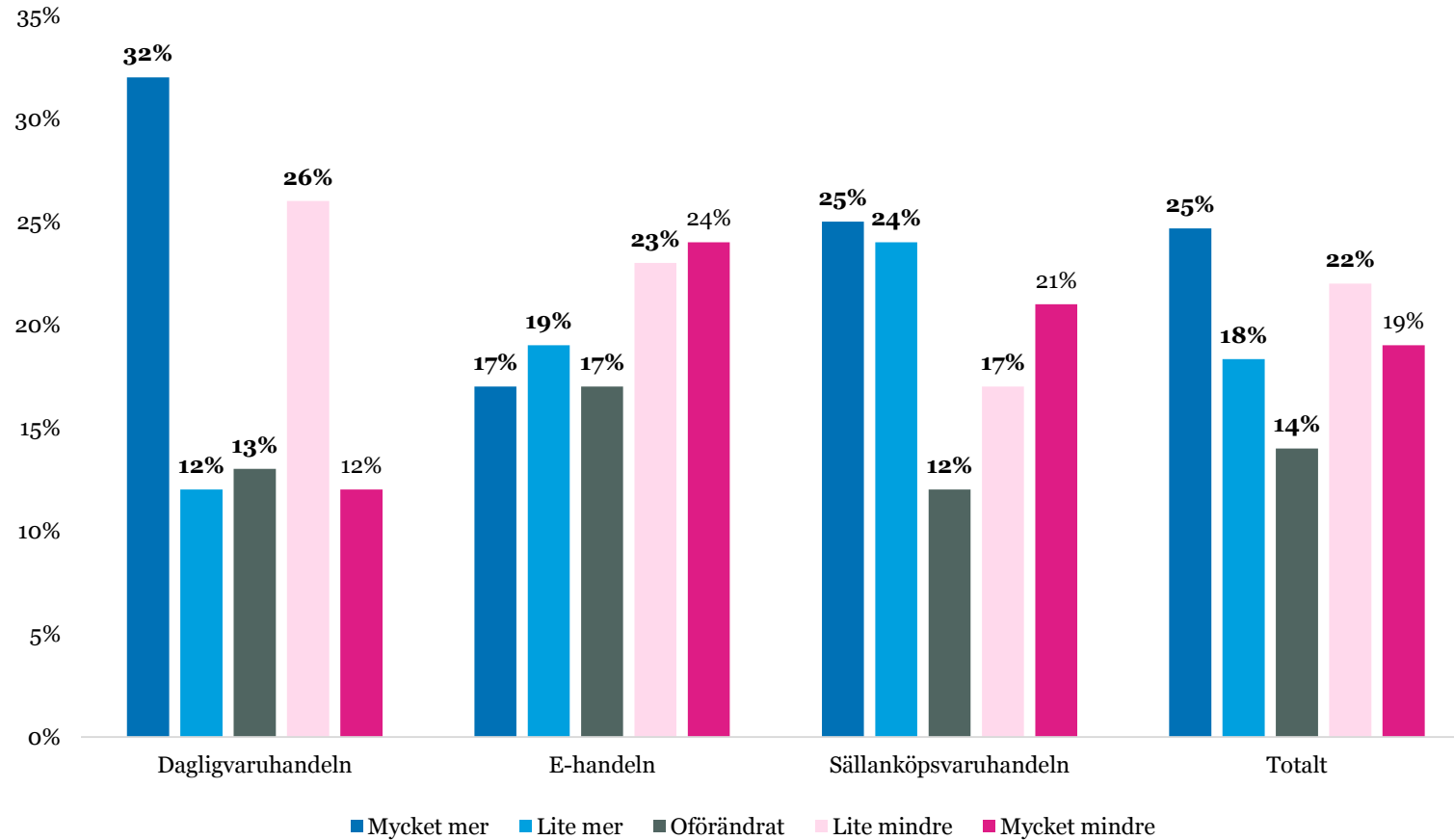
Baserat på svaren i undersökningen uppskattar vi att hela detaljhandeln kommer att generera drygt

12 000 extra anställningar.

Diagrammet baseras på de handlare som angett att de kommer att ta in extrapersonal i sommar.

Fråga: Om din verksamhet kommer att ta in extrapersonal i sommar, hur många beräknar ni ta in? (Handelsbarometern juni 2018)

Sommar gynnar inte alla handlare

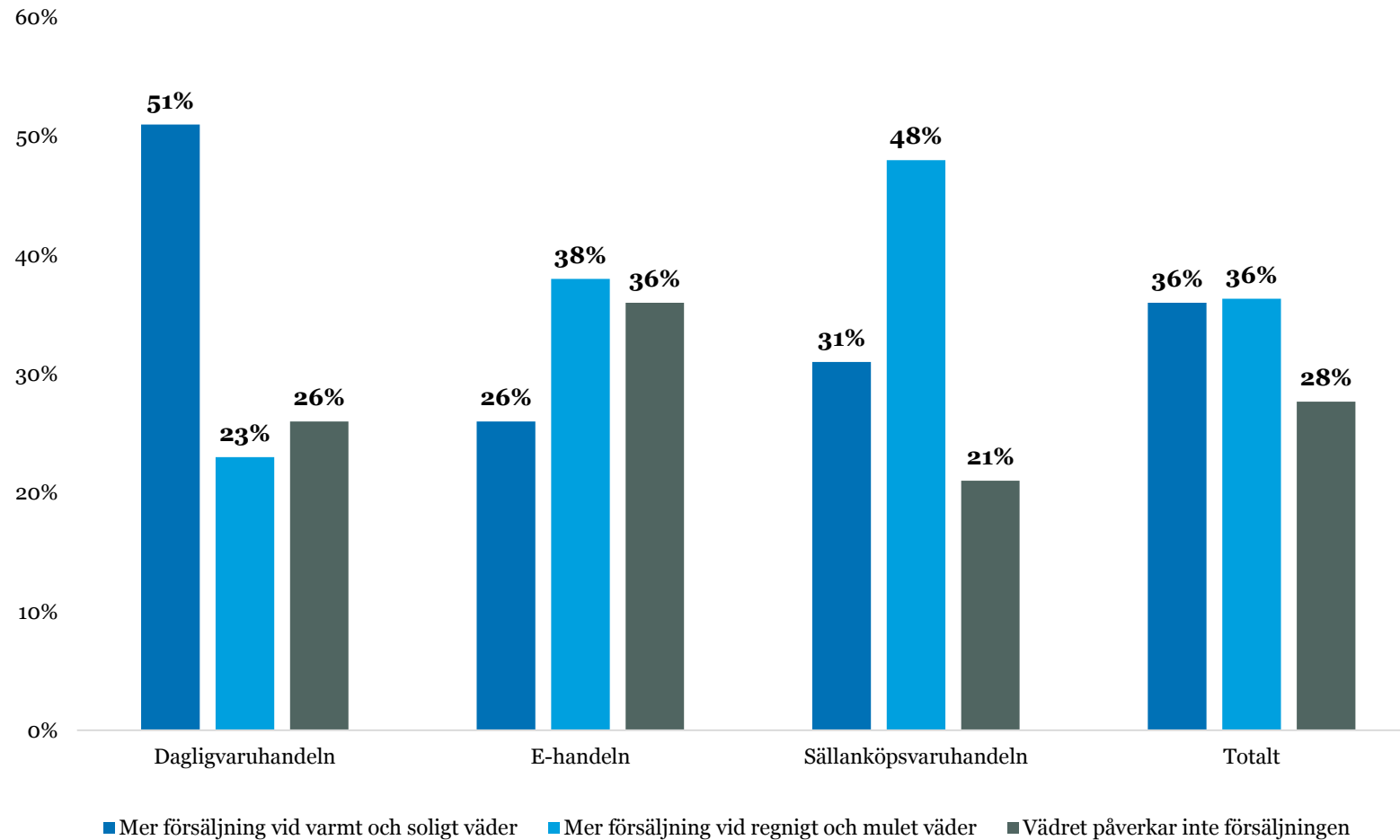


43 %

av alla handlarna
uppger att de säljer
mer under
sommaren jämfört
med övriga året.

Bland e-handlare
är det **47 %**
som uppger att de
säljer mindre
under sommaren.

Matbutikerna hoppas på en solig sommar



Soligt väder gynnar försäljningen i dagligvaruhandeln, mulet gynnar sällanköpsvaruhandeln och e-handeln.

Storsäljare vid olika väder

Bransch	Varmt och soligt väder	Kallt och regnigt väder
Dagligvaruhandel	Grillkött och grillprodukter, dricka, glass, frukt och grönt, färdiga sallader	Bakartiklar, chips, färdiggrillat, godis, tidningar, tacos, kaffe, soppor
Bok och papper	Pocketböcker, kartor	Pussel, pocketböcker, pyssel, sällskapsspel
Hemelektronik	AC, fläkt, kolsyremaskiner/kolsyrepatroner, kyl och frys	Infravärme, TV, värmefiltar, värmeelement, avfuktare
Heminredning	Badlakan, dynor, trädgårdsprodukter, grill- och picknicktillbehör	Gardiner, ljus och lyktor, inomhusväxter och inneblommor, paraplyer, garn, hobbymaterial
Järn, bygg och färg	Bad- och strandartiklar, bevattningsprodukter, fläktar, grillar, trall, utomhusfärg, träolja	Inomhusfärg, tapeter, regnkläder och presenningar
Kläder, skor och accessoarer	Linnen, shorts, badkläder, klänningar, sandaler	Stövlar, varmare kläder, stickat, regnkläder, långbyxor och jeans, jackor
Sport och fritid	Badkläder, shorts. Cyklar, fiskekort, grillartiklar, solglasögon	Regnkläder, fleece- och goretexkläder, funktionskläder, paraplyer
Ur, guld och optik	Solglasögon, vristlänkar	Glasögon, kontaktlinser, klockor

Turisterna

– en viktig målgrupp under sommaren

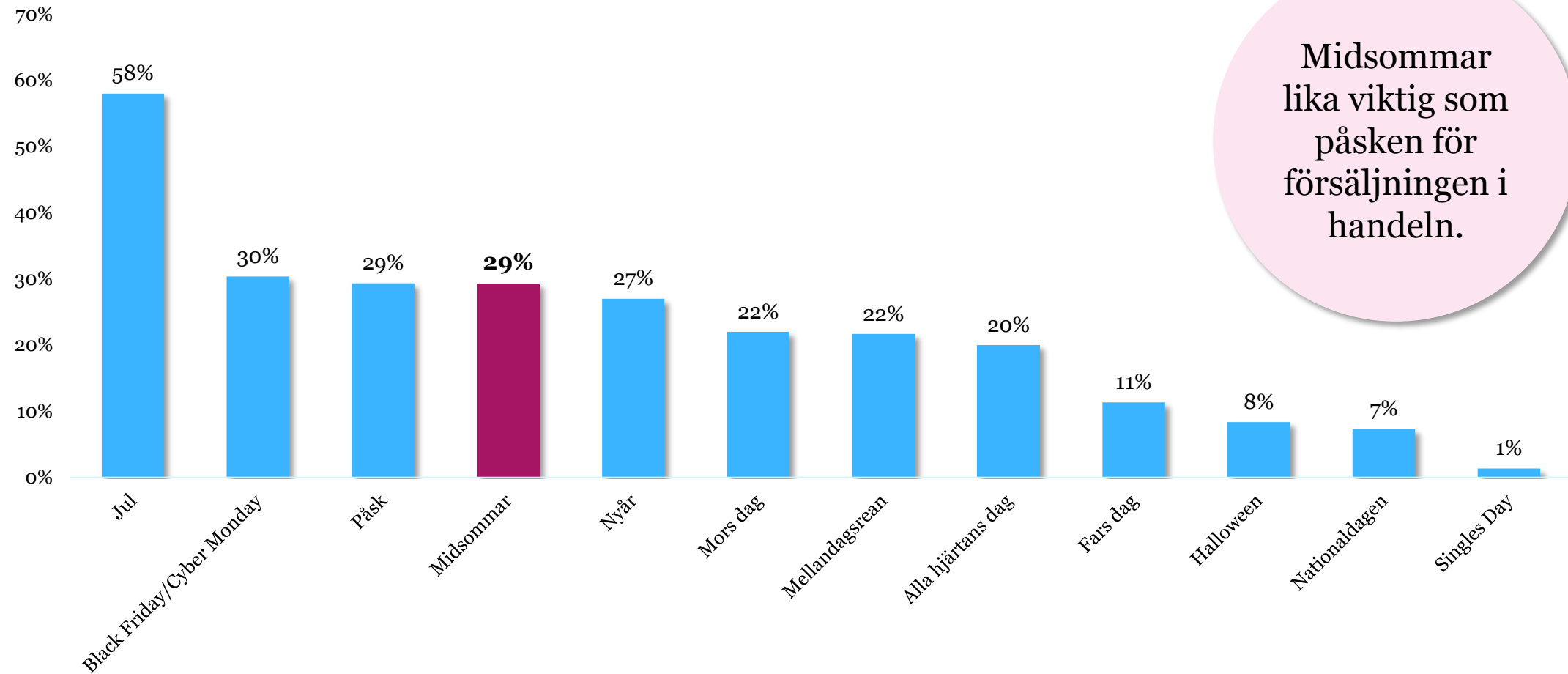
Hela
95 miljarder
kronor, motsvarande 30 %, av
de inhemska och utländska
turisternas utlägg gick till
detaljhandeln 2017.
Merparten av detta
spenderades under
sommarmånaderna.

Midsommar



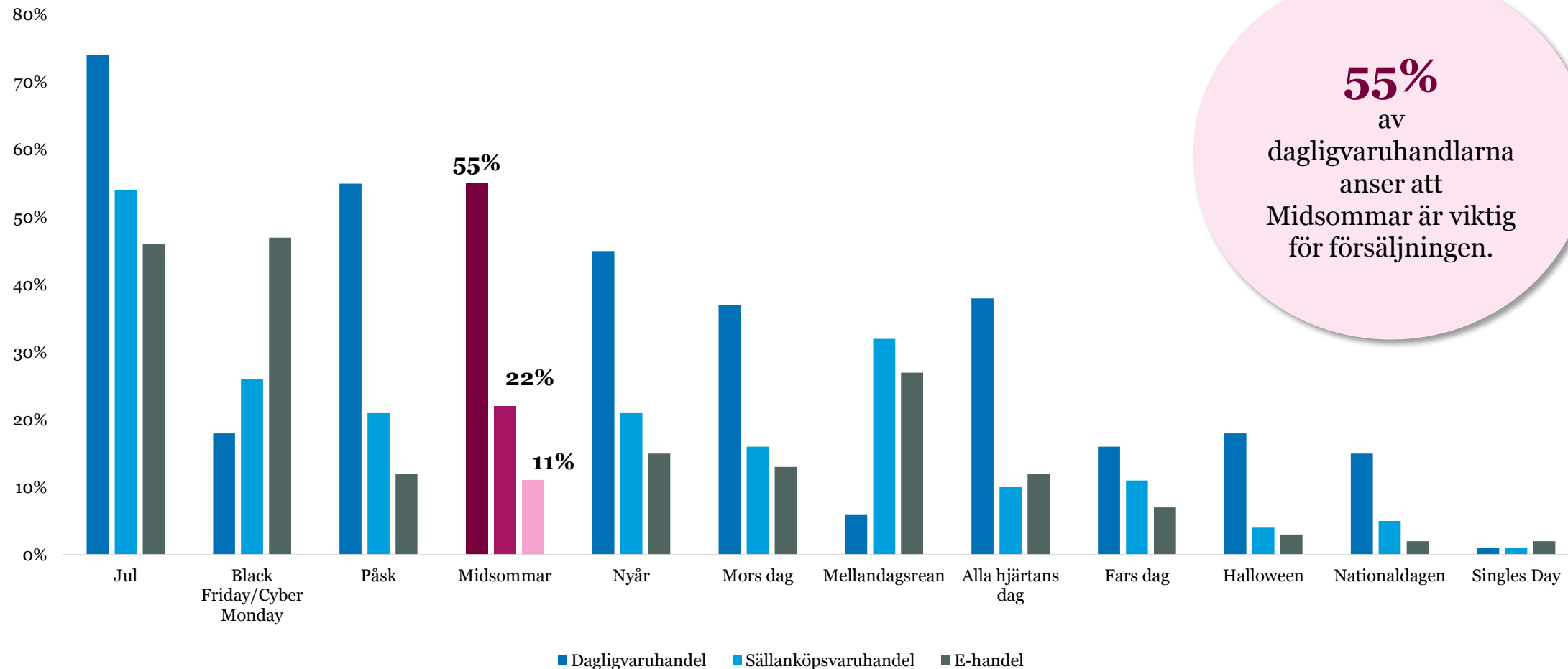
MIDSOMMAR

En viktig högtid för handeln



MIDSOMMAR

En av årets största mathelger



Fråga: Vilken betydelse anser du att följande helger och högtider har för försäljningen i din butik? I diagrammet redovisas de som svarat "viktig". Källa: Handelsbarometern januari 2018.

MIDSOMMAR

En viktig helg för livsmedelsförsäljningen

Under midsommarveckan
2018 förväntas försäljningen i
dagligvaruhandeln uppgå till

7,5 miljarder
kronor.

Det är cirka 14 procent mer än
en genomsnittlig vecka. Det
motsvarar omkring

920 miljoner
kronor i merförsäljning.

Under
midsommarveckan
2017 ökade livsmedels-
försäljningen med

3,1 %

jämfört med
midsommarveckan
2016.

Sill – svenskarnas favorit under midsommar!

- Samtliga varugrupper inom livsmedel sålde mer under midsommarveckan 2017 än under en genomsnittlig vecka. Kategorierna ”Drycker” och ”Färsk mat” sticker kraftigt ut.
- Färsk mat sålde **27 %** mer under midsommarveckan 2017 jämfört med en genomsnittlig vecka.
- Drycker ökar mycket under midsommar. Jämfört med en genomsnittlig vecka säljs det cirka **25 %** mer under midsommarveckan.
- Försäljningen av sill, framför allt matjessill, får en ordentlig försäljningsskjuts under midsommarveckan. Midsommarveckan 2017 stod för **24 %** av årsförsäljningen av matjessill.

Fun fact:
Under
midsommarveckan 2017
ökade försäljningen av
sill med
1154 %
jämfört med en
genomsnittlig vecka.

Om undersökningen

- Svensk Handels Sommarprognos är framtagen i samarbete med Nielsen. Underlaget är baserat på Svensk Handels Handelsbarometer för januari och juni 2018 samt Nielsens Scantrack.
- Handelsbarometern tas fram i samarbete med HUI Research och baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 300 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare och e-handlare. Den här undersökningen genomfördes i juni 2018.
- Nielsen ScanTrack avser Dagligvaruhandeln exkl. Hard Discount. Nielsen är ett företag som studerar konsumenter i olika länder för att skapa insikter kring köptrender och mediavanor. Nielsen genomför kontinuerligt undersökningar över försäljningen i dagligvaruhandeln i Sverige. De använder sig utav Nielsen ScanTrack som samlar data från kassasystemens avlästa streckkoder. Resultaten från Nielsens undersökningar ligger till grund för delar av analysen i denna rapport.

Kontaktuppgifter

För mer information:

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

Johan Davidson, Chefsekonom Svensk Handel, 070- 698 39 02

Anna Ekström, Analytic Consulting Manager, Nielsen, 070-310 89 13