

Årets julhandelsprognos 2018

7 november 2018



Julhandeln 2018

Sverige befinner sig alltjämt i en högkonjunktur med låga räntor, vilket öppnar för ökad konsumtion och en stark julhandel. Orosmoln kan dock skönjas vid horisonten. Vi har sett räntehöjningar utomlands, aktiemarknaden har haft det tufft och bostadsmarknaden har dalat. Detta är dock faktorer som inte bedöms störa konsumenternas julhandel i någon betydande omfattning.

När det kommer till almanackan är årets decembermånad helgrik, vilket är fördelaktigt för handeln. Antalet lördagar och söndagar är visserligen oförändrat jämfört med i fjol men julafton infaller på en måndag istället för på en söndag, vilket ger gott om tid för alla som är sent ute med sina julklappsinköp att botanisera i butikerna både den 22a och 23e december. Därtill blir den resterande veckan kort eftersom juldagen infaller på en tisdag och annandagen på en onsdag. Många kommer sannolikt att ta ledigt de återstående dagarna och ha gott om tid att besöka julreorna. Allt som allt bedöms julhandeln utvecklats väl under 2018, även om det finns risker.

Vad menas med julhandel?

Eftersom december är den utan tvekan viktigaste månaden för detaljhandeln finns det också ett intresse av att fundera kring just denna månads utsikter. Detta gör HUI varje år i sin julrapport. Benämningen julhandel kommer naturligtvis från att den främsta anledningen till att december är årets viktigaste månad är just försäljningen i samband med julhelgen. Emellertid är även mellandagsrean och försäljningen kring nyår mycket viktig för detaljhandeln. Det är dock svårt att avgränsa vad som egentligen är julklappar och när i månaden vi börjar köpa dem, vilket gjort att hela decemberförsäljningen har varit den naturliga avgränsningen. Med julhandel avses således hela försäljningen i december inom dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln.

Prognosen – julhandeln slår rekord

Förväntningarna på julförsäljningen 2017 var högt ställda men detaljhandelns decembertillväxt uppgick till endast 1,8 procent under 2017. Istället var det november månad som gick starkare än väntat. En god Black Friday-försäljning och en ökad tillväxt i november kannibaliserade mer än väntat på decemberförsäljningen och november var den månad som gick klart starkast i sällanköpsvaruhandeln under fjolårets fjärde kvartal.

HUI bedömer att november 2018 genom Black Friday kommer att utvecklas starkt. Samtidigt börjar Black Friday redan bli betydande som shoppinghögtid, vilket höjer ribban för ytterligare tillväxt. November har de senaste åren tagit marknadsandelar från december och bedöms göra det även i år. Sedan 2014 bedöms förskjutningen mellan månaderna uppgå till cirka tre miljarder kronor per år. Detta motsvarar ett försäljningstillskott på strax under 10 procent.

En annan väsentlig faktor är i vanlig ordning vädret – som är notoriskt svårt att bedöma. Man kan konstatera att oktober månad har varit varm med rekordtemperaturer på sina håll. Om det milda vädret håller i sig riskerar det att försena försäljningen av vinterkollektioner, jackor och vinterskor. Om det däremot kommer snö i december finns det goda möjligheter för att tillväxten kan ta fart, framförallt inom de moderelaterade segmenten.

När det kommer till den ekonomiska verkligheten går Sverige fortfarande förhållandevis bra. Det finns dock betydande risker, exempelvis osäkerheten på aktiemarknaden och bostadsmarknaden som kan slå mot konsumtionen om situationen förvärras. HUI räknar inte med att oron kommer att påverka årets julhandel.

Prognosen för december månad är en tillväxt om 2,5 procent i sällanköpsvaruhandeln, som har tillväxtpotential på grund av de låga jämförelsetalen i fjol. Dagligvaruhandeln beräknas växa med 3,5 procent och gynnas av en starkare prisökningstakt. Sammantaget innebär detta att prognosen för den totala detaljhandeln landar på cirka 3 procent.

2017 – Prognos och utfall

Att göra prognoser är alltid förknippat med svårigheter. Att prognostisera på branschnivå är särskilt komplicerat, då olika branscher reagerar med varierande styrka på väntade eller oväntade händelser (exempelvis olika väderextremer). Förra året var HUI Researchs prognos en ökning om 3,0 procent. Omsättningen inom detaljhandeln i december 2017 ökade med 1,8 procent enligt Detaljhandelsindex och uppgick till 77,4 miljarder kronor.

Julhandel för 79,7 miljarder

Tabell 2 Beräknad decemberförsäljning i detaljhandeln år 2018, totalt och per person (inklusive moms)

	Total försäljning i december (miljarder kronor)	Försäljning per person
Total detaljhandel	79,7	7 817
- Dagligvaruhandeln	34,2	3 354
- Sällanköpsvaruhandeln	45,5	4 462

Dagligvaruhandeln som bransch publiceras inte längre av SCB beräknas därför av HUI.

Källa: HUI

Prognosen för december månads försäljning är en omsättning om 79,7 miljarder kronor, vilket motsvarar en ökning med 3,0 procent jämfört med december 2017. Fordelat per person innebär det att svenska folket i genomsnitt beräknas köpa detaljhandelsvaror för 7 817 kronor per person i december. Denna summa fördelar sig med cirka 3 354 kronor i dagligvaruhandeln och 4 462 kronor i sällanköpsvaruhandeln.

Julhandelsförsäljningen är en avgörande orsak till att december är handelns starkaste försäljningsmånad. Årets prognos innebär att merförsäljningen i december är drygt 15 miljarder kronor jämfört med genomsnittet för årets övriga elva månader. Detta innebär en merförsäljning per person om cirka 1 500 kronor i december månad.¹

December är handlarnas favoritmånad

December är årets viktigaste försäljningsmånad för merparten av detaljhandelns delbranscher. Detta gäller i synnerhet inom sällanköpsvaruhandeln även om dagligvaruhandeln också har en betydande julförsäljning.

Under 2017 hade sällanköpsvaruhandeln 10,5 procent av sin årsförsäljning i december medan motsvarande siffra för dagligvaruhandeln uppgick till 9,8 procent. För handeln totalt landade decemberandelen på 10,1 procent. Leksakshandeln är den bransch där decemberförsäljningen är viktigast. Under 2017 skedde knappt en fjärdedel av årets leksaksförsäljning i december.

Alla branscher har dock inte samma julkaraktär. Framförallt de byggrelaterade branscherna präglas av ett säsongsbetonat försäljningsmönster där försäljningen kulminerar under andra delar av året.

¹ Beräkning av mervärdet av decemberhandeln: Merförsäljningen baseras på HUI Researchs prognos för helårsförsäljningen 2018 om 3,0 procent. Genomsnittet för månaderna januari till november 2017 var 15 miljarder kronor mindre än decemberförsäljningen.

Branschprognoser

Försäljningen i detaljhandeln har utvecklats förhållandevis stabilt under 2018. Helårstillväxten väntas uppgå till cirka 2,5 procent. Hittills i år har dagligvaruhandeln gått starkare än sällanköpsvaruhandeln, vilket beror på prisökningar. Helårsprognosen för dagligvaruhandeln är 3,0 procent medan sällanköpsvaruhandels prognos är 2,5 procent mätt i löpande priser.

Årets decembermånad har samma antal lördagar och söndagar som fjolårets och julafton infaller på en måndag. Detta innebär att julafton föregås av en helg med två lediga dagar, vilket bedöms gynna både dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln vad gäller julförberedelser och paketinköp. De många lediga dagarna ökar dock möjligheten för ökat resande, vilket skulle kunna minska konsumtionen av detaljhandelsvaror.

Prisökningstakten i detaljhandeln uppgick till 1 procent hittills i år, vilket är högre än under fjolårets prisökningstakt som låg strax över noll. 2018 års prisökningstakt väntas också fortsätta även under fjärde kvartalet. Detta innebär att tillväxten mätt i fasta priser beräknas bli 1,5 procent.

Tabell 3 Detaljhandels, dagligvaruhandels och sällanköpsvaruhandels omsättningsutveckling i december månad 2007-2016 samt prognos för år 2017, i löpande priser (procent)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Dagligvaruhandel	4,2	3,4	4,2	1,7	2,3	2,4	1,0	3,3	5,0	2,2	1,9	3,5
Sällanköpsvaruhandel	3,0	-1,5	8,7	3,9	-0,5	-2,7	3,8	6,2	5,6	0,7	1,5	2,5
Total detaljhandel	3,5	0,5	6,8	3,0	0,6	-0,6	2,6	4,9	5,4	1,3	1,8	3,0

Källa: HUI/SCB:s Detaljhandelsindex, månadsstatistik. * = prognos HUI.

Möbler och heminredning

De hemnära branscherna gick starkt under 2017 men har svalnat betänkligt i år. Tillväxttakten i möbelhandeln ligger på under 2 procent hittills i år. Både möbelhandeln och bygghandeln har under de senaste åren lyfts av låga räntor, goda kreditvillkor och en optimistisk bostadsmarknad. Idag är verkligheten en annan. Både bostadsmarknaden och räntorna är förknippade med osäkerhet. Konsumenterna tänker till en extra gång innan de gör dyra inköp.

Heminredningshandeln uppvisade inte lika starka fjolårssiffror som möbelhandeln utan har utvecklats i likartad takt under 2017 och 2018, med en ackumulerad tillväxt under 2018 om cirka 1 procent.

Möbler och heminredning väntas växa med 1,5 procent i december.

Elektronikhandeln

Elektronikprodukter är populära julklappar och december är den största försäljningsmånaden för delbranschen. Samtidigt är konkurrensen hård. Flera stora kedjor har avvecklats under årens lopp och under de senaste åren har Black Friday seglat upp som en köpfest precis innan julhandeln drar igång.

Just Black Friday bedöms vara det största hindret mot en stark julhandel för branschen. Produktutbudet är relativt gott med nya iPhone-modeller och ett allt större utbud av teknikprodukter, vilket medför att det sannolikt kommer att ligga ett antal elektronikprodukter under de svenska granarna i jul.

Prognosen är att elektronikhandeln i december kommer att växa med 4 procent i löpande priser.

Sporthandeln

Sporthandeln är liksom modehandeln beroende av vädret. Detta gäller särskilt under vinterhalvåret då det gäller att få igång försäljningen av kapitalintensiva vinterprodukter som jackor och vinterskor. En snörik decembermånad innebär därför vanligtvis goda tillväxttal för sporthandlarna medan det omvända förskjuter försäljning till nästkommande år.

Fjolårets decembertillväxt låg klart över genomsnittet i sporthandeln och det kommer därför att bli tuffare jämförelsetal att matcha i år. Vi har därtill haft en förhållandevis mild höst och vinter så här långt och om den utvecklingen håller i sig kommer det att påverka försäljningen. Prognosen för sporthandeln är 2,0 procent i december.

Kläd- och skohandeln

Kläder och skor har haft ett motigt år totalt sett. E-handelsförsäljningen går bättre än försäljningen i fysisk butik men har svårt att lyfta helhetsresultatet. Jämförelsetalen var svagare under fjärde kvartalet 2017, vilket ger utrymme för en bättre avslutning av 2018. Därtill är branschen väderberoende. En köldknäpp i december kan lyfta försäljningen av vinterprodukter markant, medan en mildare vinter kan hindra försäljningen av samma typ av varor.

Att prognosticera försäljningen under enskilda månader för kläder och skor är därför svårt. Prognosen för december är satt till 2 procent.

Leksakshandeln

För leksakshandeln är julen årets verkliga höjdpunkt. Ungefär en fjärdedel av alla leksaker säljs i december. Leksakshandeln har utvecklats relativt bra hittills i år. Samtidigt är jämförelsetalen under fjärde kvartalet sämre än tidigare under året. Det är också tänkbart att november kommer att ta delar av decembertillväxten om köpfesten Black Friday smittar av sig på leksaksbranschen.

Allt som allt väntas leksakshandeln växa med 3,0 procent.

Järn- och bygghandeln

Järn- och bygghandeln är inte en av de klassiska julbranscherna. Istället tappar branschen sannolikt en viss mängd konsumtion när konsumenterna lägger sina pengar på julklappar i andra delbranscher.

Bygghandeln är mycket svårbedömd för tillfället. Branschen som helhet har utvecklats svagt under året men under det senast kvartalet tappade även e-handeln markant. Det återstår att se om detta är en tillfällig dipp eller om bygghandeln kommer att präglas av svagare tillväxttal framöver.

Det man kan konstatera är att minskade rotavdrag, amorteringskrav och en osäker bostadsmarknad har haft effekt och det finns en risk för att osäkerheten på bostadsmarknaden kan öka framöver. HUI sätter prognosen i december till 1,0 procent.

Ökad julhandel på nätet

E-handeln har växt snabbt under 2018 och tillväxten bedöms enligt PostNord uppgå till cirka 10 miljarder kronor under helåret 2018. Under året är det framförallt dagligvaruhandeln som har gått starkt och en försvarlig mängd svenskar kommer sannolikt att klicka hem sin julmat på nätet i år.

I övrigt fortsätter samma trend som tidigare i det att e-handeln breddas till nya branscher. Apotekshandeln har digitaliserats i snabb takt de senaste åren och vi har även sett en betydande utveckling inom exempelvis leksakshandeln och sporthandeln.

E-handeln väntas slå försäljningsrekord med god marginal under årets julhandel.

Bilaga 1

Detaljhandelns omsättning i miljarder kronor för december 1991-2017, samt prognos för december 2018 (löpande priser inklusive moms)

	Omsättning i miljarder kronor	Procentuell utveckling
December 1991	38,1	6,6%
December 1992	35,2	-7,7%
December 1993	35,9	2,1%
December 1994	37,7	4,9%
December 1995	36,5	-3,0%
December 1996	37,0	1,4%
December 1997	37,9	2,4%
December 1998	39,7	4,9%
December 1999	43,4	9,2%
December 2000	44,0	1,5%
December 2001	45,4	3,2%
December 2002	47,4	4,4%
December 2003	49,2	3,8%
December 2004	51,1	3,9%
December 2005	54,6	6,7%
December 2006	57,9	6,1%
December 2007	59,9	3,5%
December 2008	60,2	0,5%
December 2009	64,3	6,8%
December 2010	66,2	3,0%
December 2011	66,6	0,6%
December 2012	66,2	-0,6%
December 2013	67,9	2,6%
December 2014	71,3	4,9%
December 2015	75,1	5,4%
December 2016	76,1	1,3%
December 2017	77,3	1,8%
December 2018*	79,7	3,0%

Källa: HUI/SCB:s Detaljhandelsindex, månadsstatistik. * = prognos HUI.

Bilaga 2

Försäljningen i olika branscher år 2017 fördelat på årets månader, andel (procent) per månad

	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec
Total detaljhandel	2,9%	-0,8%	1,5%	1,4%	2,7%	3,1%	2,5%	2,0%	2,5%	2,6%	3,3%	1,8%
Dagligvaruhandel	1,7%	-0,6%	-1,4%	6,3%	2,1%	2,1%	2,1%	2,7%	2,8%	3,1%	2,5%	1,9%
Sällanköpsvaruhandel	4,4%	-0,9%	4,0%	-2,6%	2,9%	3,5%	2,9%	1,3%	2,4%	2,3%	3,6%	1,5%
Klädhandeln	-0,2%	-6,4%	0,2%	-1,4%	1,2%	0,6%	-1,2%	-3,1%	0,4%	-4,1%	-1,3%	-4,1%
Möbelhandeln	5,6%	4,0%	0,5%	7,1%	9,7%	10,4%	12,7%	1,7%	5,1%	5,9%	8,8%	8,5%
Heminredningshandeln	12,2%	8,5%	8,7%	-5,3%	-1,7%	2,7%	7,1%	-4,1%	-3,3%	-5,1%	-3,7%	2,2%
Elektronikhandeln	3,6%	-6,5%	-0,9%	-8,6%	-2,0%	-0,8%	-5,1%	-5,3%	-5,7%	-5,1%	3,9%	-3,8%
Järn- och bygghandeln	3,0%	-1,7%	8,1%	-6,2%	0,2%	4,1%	4,2%	2,1%	-1,5%	1,3%	2,5%	1,4%
Sport- och fritidshandeln	-1,4%	3,1%	-3,2%	-2,2%	-4,0%	0,9%	-0,9%	0,7%	7,0%	-1,9%	-0,4%	3,3%
Leksakshandeln	4,3%	2,1%	-10,1%	-7,4%	-14,6%	-12,6%	-13,2%	-14,7%	-12,6%	-6,2%	-8,1%	-6,2%

Källa: HUI/SCB:s Detaljhandelsindex, månadsstatistik

Bilaga 3

Detaljhandelns omsättningsutveckling i december månad 2007-2017 samt prognos för år 2018, i löpande priser (procent) uppdelad på sällanköpsvaruhandelns branscher

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Klädhandeln	1,6%	-2,5%	7,7%	4,6%	3,6%	-3,7%	-0,9%	6,4%	6,0%	-0,9%	-4,1%	2,0%
Möbelhandeln	1,0%	-11,6%	4,3%	1,4%	0,1%	-1,8%	10,6%	9,7%	10,5%	-0,1%	5,0%	1,5%
Heminredningshandeln	4,1%	-5,1%	4,2%	0,3%	-7,8%	-4,9%	4,0%	-1,7%	11,9%	-0,8%	2,2%	-
Elektronikhandeln	2,2%	-4,2%	12,0%	4,3%	-5,8%	-13,9%	2,3%	5,9%	0,0%	-2,7%	-3,8%	4,0%
Järn- och bygghandeln	5,4%	-12,7%	13,2%	2,5%	2,1%	-6,3%	3,6%	4,3%	14,8%	-1,0%	1,4%	1,0%
Sport- och fritids-handeln	6,5%	5,6%	20,8%	11,7%	-13,6%	21,3%	-8,5%	5,6%	-3,6%	-1,6%	3,3%	2,0%
Leksakshandeln	12,8%	-3,4%	6,5%	4,6%	-2,7%	-2,6%	-5,2%	-4,8%	4,9%	-2,4%	-6,2%	3,0%

Källa: HUI/SCB:s Detaljhandelsindex, månadsstatistik. * = prognos HUI (prognos görs inte för alla branscher)