

Julrapport 2019

20 november 2019

#HUI

#åretsjulklapp

Årets julklapp 2019

Årets julklapp utses för trettioandra gången

Årets Julklapp är en analys av rådande samhällstrender och en spegling av svenskarnas aktuella och/eller framtida konsumentbeteenden.

TRE KRITERIER

För att en produkt ska kunna bli utsedd till Årets Julklapp ska ett eller flera av följande kriterier uppfyllas:

- 1** Produkten ska representera den tid vi lever i
- 2** Produkten ska vara en nyhet eller ha fått ett nyväckt intresse under året
- 3** Produkten ska svara för ett högt försäljningsvärde eller säljas i ett stort antal enheter

Årets julklapp 2019 – Mobillådan

2019 var året då allt fler svenskar började ifrågasätta hur och hur mycket vi använder mobiltelefonen i vår vardag. Årets julklapp – **mobillådan** – är en låda där telefonen kan läggas undan för att vi lättare ska kunna hitta balansen mellan uppkoppling och skärmfrihet.

Mobilen har under det senaste decenniet gett upphov till den kanske snabbaste beteendeförändringen i människans historia. Många funktioner har på ett positivt sätt revolutionerat vardagen, men de svenska konsumenterna har nu på allvar börjat reflektera över vad som händer med vår sömn, våra relationer, vår koncentration och vår psykiska hälsa när mobilen har fått en dragningskraft som ständigt pockar på.



Årets julklapp

Mobillådan representerar den tid vi lever i

Mobilen har allt sedan den lanserades tagits mer och mer för given. Under 2019 har allt fler svenskar börjat reflektera över vilken inverkan den har på samhället och våra liv. I dag har 92 procent av befolkningen över 11 år en smart mobil. I snitt spenderar vi över tre timmar framför skärmar varje dag och användningen ökar för varje år som går. Samtidigt som telefonen ständigt kräver vår uppmärksamhet sover vi en timme mindre per natt än för 100 år sedan, och den psykiska ohälsan ökar.

Mobilen spelar många roller i våra liv. Allt från att vara ett verktyg för det fria ordet till att vara en stressande distraktion. Särskilt det sistnämnda har varit på tapeten under det gångna året, och har lett till en trend där allt fler ifrågasätter sitt mobilanvändande.

Mobillådan har fått ett nyväckt intresse

Mobilens inverkan på hjärnan har under 2019 lyfts i allt fler forum. Tidigare forskningsresultat har lyfts fram och nya har tillkommit. Böcker, tidskrifter, tv-program och årets mest nedladdade sommarprat har fått allt fler svenskar att öppna ögonen för hur mobilerna både anpassar sig efter och formar våra hjärnor.

Under 2019 har även exit från sociala medier engagerat svenskarna. Smarta telefoner är i grunden positiva hjälpmedel som underlättar kommunikation, myndighetskontakter och shopping, men kommer med en mindre meningsfull baksida – exempelvis i form av sociala medier som bara en av fyra svenskar anser vara meningsfulla.



SPEGLAR
TIDSANDAN



NYVÄCKT
INTRESSE

Årets julklapp genom tiderna

De julklappar som HUI Research har utsett genom åren har alla sin egen historia och utgör tillsammans en riktig tidsresa. En tillbakablick på alla Årets julklapp blir som en tidsresa och något av en historielektion. Alla Årets julklapp finns deponerade på Nordiska Museet med målet att vara ett tidsdokument som fylls på år efter år.

I takt med teknikens framsteg, ekonomins och samhällets utveckling har kundernas efterfrågan kommit att förändras. Detaljhandelns kunder har blivit vana med en ständig ström av nyheter, vilket i sin tur leder till snabbt växlande sortiment och många produkt lanseringar. Listan på tidigare julklappsvinnare utgör en återblick på de växlande trenderna de senaste 32 åren.

1988	Bakmaskinen	2004	Den platta TV:n
1989	Videokameran	2005	Ett pokerset
1990	Woken	2006	Ljudboken
1991	CD-spelaren	2007	GPS-mottagaren
1992	TV-spelet	2008	Upplevelsen
1993	En doft (parfym)	2009	Spikmattan
1994	Mobiltelefonen	2010	Surfplattan
1995	CD-skivan	2011	Den färdigpackade matkassen
1996	Internetpaketet	2012	Hörlurarna
1997	Elektroniska husdjuret	2013	Råsaftcentrifugen
1998	Dataspelet	2014	Aktivitetsarmbandet
1999	Boken	2015	Robotdammsugaren
2000	DVD-spelaren	2016	VR-glasögonen
2001	Ett verktyg	2017	Elcykeln
2002	Kokboken	2018	Det återvunna plagget
2003	Mössan	2019	Mobillådan

Julhandeln 2019

Årets julhandelsprognos

Stabil tillväxt i decemberhandeln

HUI bedömer att decembertillväxten i detaljhandeln kommer att vara stabil. Det förekommer en hel del orosmoln på makroplanet men minusränta och befolkningstillväxt skapar en god grund för försäljningsökning. Black Friday ligger dessutom sent i år, vilket gör att viss konsumtion förbehållen november kan komma att flytta över till december. HUI Researchs prognos är att försäljningstillväxten i december månad kommer att uppgå till 3,0 procent.

Detaljhandelns försäljning har hittills under 2019 utvecklats stabilt och samma trend väntas fortsätta året ut. Under de senaste åren har Black Friday växt kraftigt och flyttat delar av decemberhandeln till november. I år ligger Black Friday sent, vilket sannolikt medför att viss konsumtion återförs till december månad. Sammantaget förväntas tillväxten i december månad 2019 uppgå till 3,0 procent, vilket motsvarar en omsättning om 79,8 miljarder kronor. Justerat för prisutvecklingen blir tillväxten 2,0 procent mätt i volym.

- Handelns försäljning utvecklas stabilt tack vare minusränta, befolkningsökning och en konjunktur som ännu inte svalnat helt. Det ger goda förutsättningar för en god försäljningstillväxt i julhandeln, säger Jonas Arnberg, VD på HUI Research.

Under fjolåret underpresterade sällanköpsvaruhandeln i december. Oro kring bostadsmarknaden samt en rekordstor Black Friday-försäljning i november resulterade i minustillväxt. I år är en svalare konjunktur fortfarande ett hot men bostadsmarknadens stabilisering ger sällanköpsvaruhandeln bättre förutsättningar.

Sedan 2018 sker detaljhandelns tillväxt framförallt på nätet. Detta gäller även julhandeln.

- Handelns tillväxt sker idag främst på nätet. Även försäljningstillväxten under julhandeln beräknas framförallt tillfalla e-handelsaktörerna, säger Jonas Arnberg.

+3,0%

Total detaljhandel

+3,5%

Dagligvaruhandeln

+2,5%

Sällanköpsvaruhandeln

Julhandel för 79,8 miljarder

Prognosen för december månads försäljning är en omsättning om 79,8 miljarder kronor, vilket motsvarar en ökning med 3,0 procent jämfört med december 2018. Fördelat per person innebär det att svenska folket i genomsnitt beräknas köpa detaljhandelsvaror för 7 735 kronor per person i december. Denna summa fördelar sig med cirka 3 345 kronor i dagligvaruhandeln och 4 389 kronor i sällanköpsvaruhandeln.

Julhandelsförsäljningen är en avgörande orsak till att december är detaljhandels starkaste försäljningsmånad. Årets prognos innebär att försäljningen i december uppgår till cirka 13 miljarder kronor mer än genomsnittet för årets övriga elva månader. Detta innebär en merförsäljning per person om cirka 1 261 kronor i december månad.

	Total försäljning i december (miljarder kronor)	Försäljning per person
Total detaljhandel	79,8	7 735
– Dagligvaruhandel	34,5	3 345
– Sällanköpsvaruhandel	45,3	4 389

Källa: HUI/SCB



Branschprognoser

Försäljningen i detaljhandeln har utvecklats stabilt under 2019. Helårstillväxten väntas uppgå till 3,0 procent. Hittills i år har dagligvaruhandeln gått starkare än sällanköpsvaruhandeln, vilket i huvudsak beror på prisökningar. Helårsprognosen uppgår till 3,5 procent för dagligvaruhandeln och till 2,5 procent för sällanköpsvaruhandeln, mätt i löpande priser. Prisökningstakten i detaljhandeln uppgår till 1 procent hittills i år, 2,9 procent i dagligvaruhandeln och -0,3 procent i sällanköpsvaruhandeln.

Klädhandeln har utvecklats svagt de senaste åren. Fjolårets decembertillväxt var svag både i SCB:s Detaljhandelsindex och i Svensk Handels Stilindex. E-handeln med kläder går dock bättre och kompenserar den svaga utvecklingen till viss del. Delbranschen väntas växa med blygsamma 1 procent under december 2019.

Bygghandeln har gått relativt bra under året. Bostadsmarknaden har stabiliserats och ROT-avdragen har ökat, vilket indikerar att svenskarna investerar i sina hem. Bygghandeln är dock ingen utpräglad julbransch och tenderar att få stå tillbaka när konsumtionen riktas mot tydligare presentbranscher. Delbranschen väntas växa med 2,5 procent under december 2019.

Möbelhandeln gynnas liksom bygghandeln av en mer stabil bostadsmarknad. När rörligheten på bostadsmarknaden ökar, växer också behovet av nya möbler. Möbelhandeln är inte någon tydlig julbransch, även om vissa varor lämpar sig som presenter. Möbelhandeln hade också en tydlig Black Friday-effekt ifjol, vilket påverkade decemberhandeln negativt. Det är dock troligt att en viss reaförsäljning kommer att återgå till december i år i och med att Black Friday ligger sent. Prognosen för möbelhandeln är 3,0 procent.

Detaljhandelns omsättningsutveckling i december månad 2015-2018 samt prognos för år 2019, i löpande priser

	2015	2016	2017	2018	2019
Dagligvaruhandel	5,0%	2,2%	1,9%	2,9%	3,5%
Sällanköpsvaruhandel	5,6%	0,6%	1,5%	-1,9%	2,5%
Total detaljhandel	5,3%	1,3%	1,8%	0,1%	3,0%
Klädhandel	-	-	-	-	1,0%
Möbelhandel	-	-	-	-	3,0%
Elektronikhandel	-	-	-	-	4,0%
Järn- och bygghandel	-	-	-	-	2,5%
Sport- och fritidshandel	-	-	-	-	2,0%

Källa: HUI/SCB:s Detaljhandelsindex

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.

Branschprognoser

Elektronikhandeln präglas av en hög andel e-handelsförsäljning och är en av de mest populära branscherna under Black Friday. Att högtiden ligger sent i år tros gynna decembertillväxten. Därtill har det även släppts en ny iPhone och nya AirPods – populära konsumentprodukter som säkerligen kommer att ligga under många granar i jul. På grund av de svaga jämförelsetalen i fjol, där december blev årets svagaste månad för delbranschen, beräknas elektronikhandeln öka med 4 procent i år.

Sporthandeln hade en relativt svag decemberförsäljning 2018. Det är dock tydligt att idrottsintresset alltjämt frodas i Sverige. Detta märks bland annat på försäljningen av gymmedlemskap som ökade för flera stora gymkedjor i fjol, däribland SATS och Friskis&Svettis. Snön är också en viktig komponent som kan få fart på försäljningen av vinterprodukter. Årets decembertillväxt väntas bli okej för sporthandeln. Prognosen är satt till 2,0 procent för december.

Detaljhandelns omsättningsutveckling i december månad 2015-2018 samt prognos för år 2019, i löpande priser

	2015	2016	2017	2018	2019
Dagligvaruhandel	5,0%	2,2%	1,9%	2,9%	3,5%
Sällanköpsvaruhandel	5,6%	0,6%	1,5%	-1,9%	2,5%
Total detaljhandel	5,3%	1,3%	1,8%	0,1%	3,0%
Klädhandel	-	-	-	-	1,0%
Möbelhandel	-	-	-	-	3,0%
Elektronikhandel	-	-	-	-	4,0%
Järn- och bygghandel	-	-	-	-	2,5%
Sport- och fritidshandel	-	-	-	-	2,0%

Källa: HUI/SCB:s Detaljhandelsindex

Vad menas med julhandel?

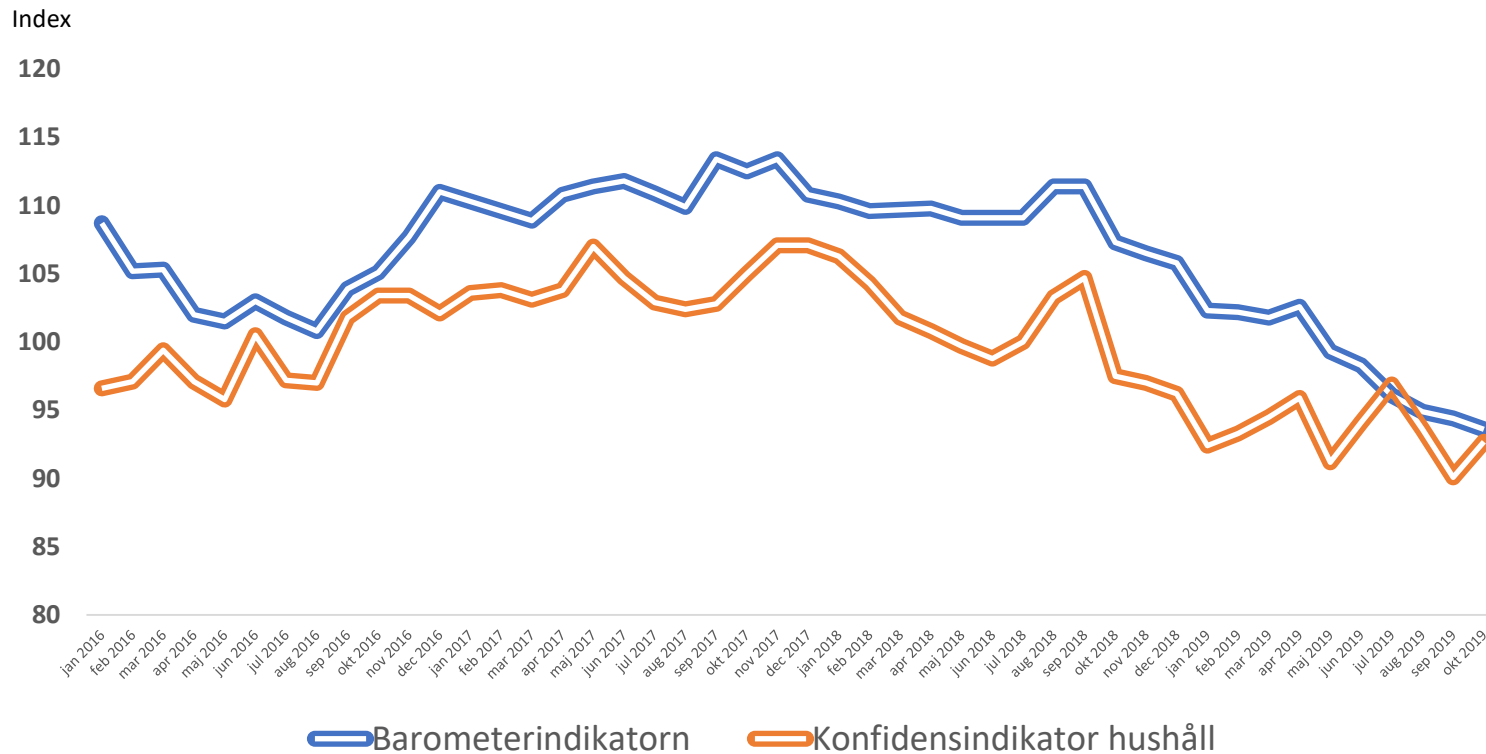
Eftersom december är den utan tvekan viktigaste månaden för detaljhandeln finns det också ett intresse av att fundera kring just denna månads utsikter. Detta gör HUI varje år i sin julrapport. Benämningen julhandel kommer naturligtvis från att den främsta anledningen till att december är årets viktigaste 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.

Handelns historiska tillväxttal i december



Orosmolnen tornar upp sig

Flera konjunkturindikatorer pekar nedåt



Källa: Konjunkturinstitutet

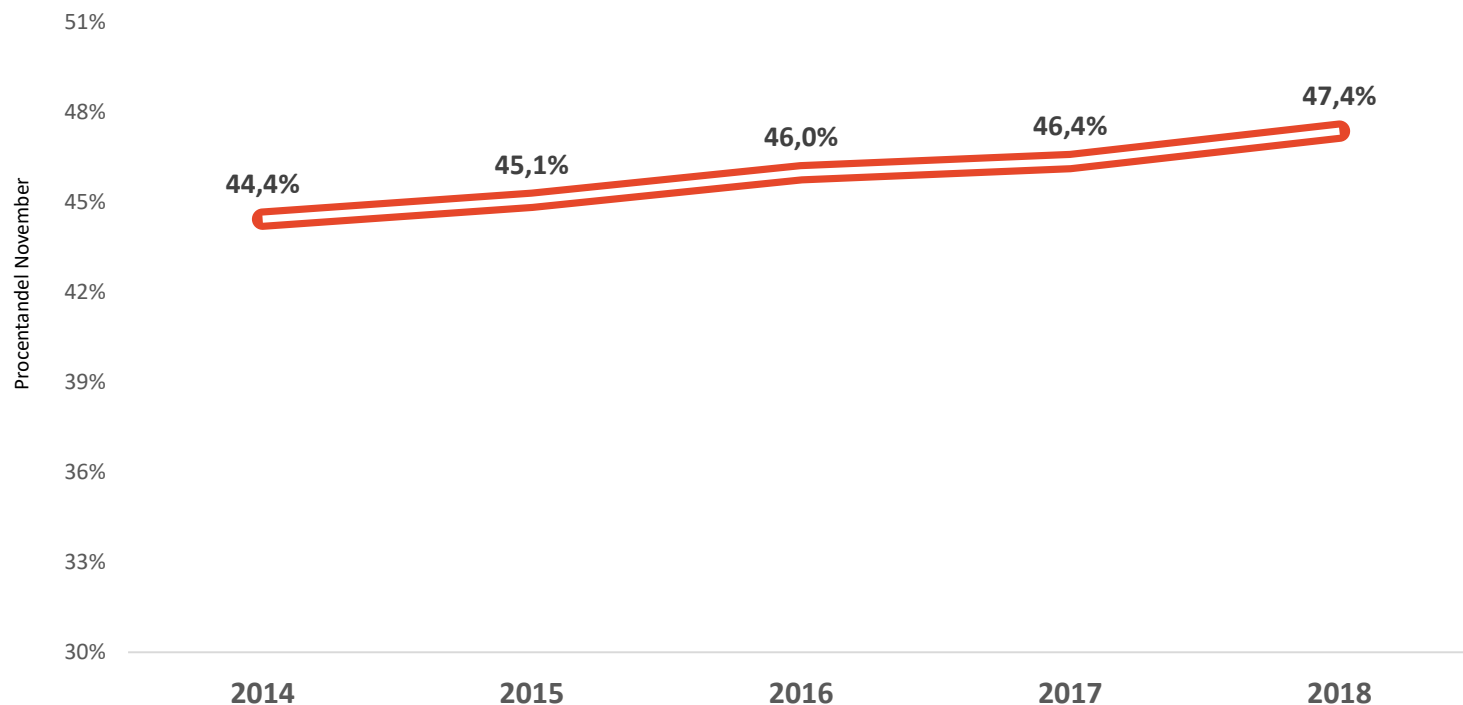
Konjunktorens påverkan på julhandeln

Trots de positiva prognosförväntningarna för julhandeln är det viktigt att betona att det finns betydande risker. Konjunkturinstitutets siffror visar att både barometerindikatorn och hushållens konfidensindikator har rasat betänkligt sedan 2018. Det råder betydande osäkerhet i Sverige och även i omvärlden är oron för en förestående recession stor.

Även indikatorn för tillverkningsindustrin går i moll i Konjunkturinstitutets mätningar. Konkreta effekter av detta är bland annat att Scania nyligen gick ut med att man behöver sänka produktionstakten med 20 procent. Denna osäkerhet är inte unik för Sverige utan även den viktiga tyska industrin har haft det kämpigt under hösten.

Black Friday tar av julhandelsförsäljningen

Novemberförsäljningens andel av den sammanslagna försäljningen under november och december



Källa: SCB/HUI

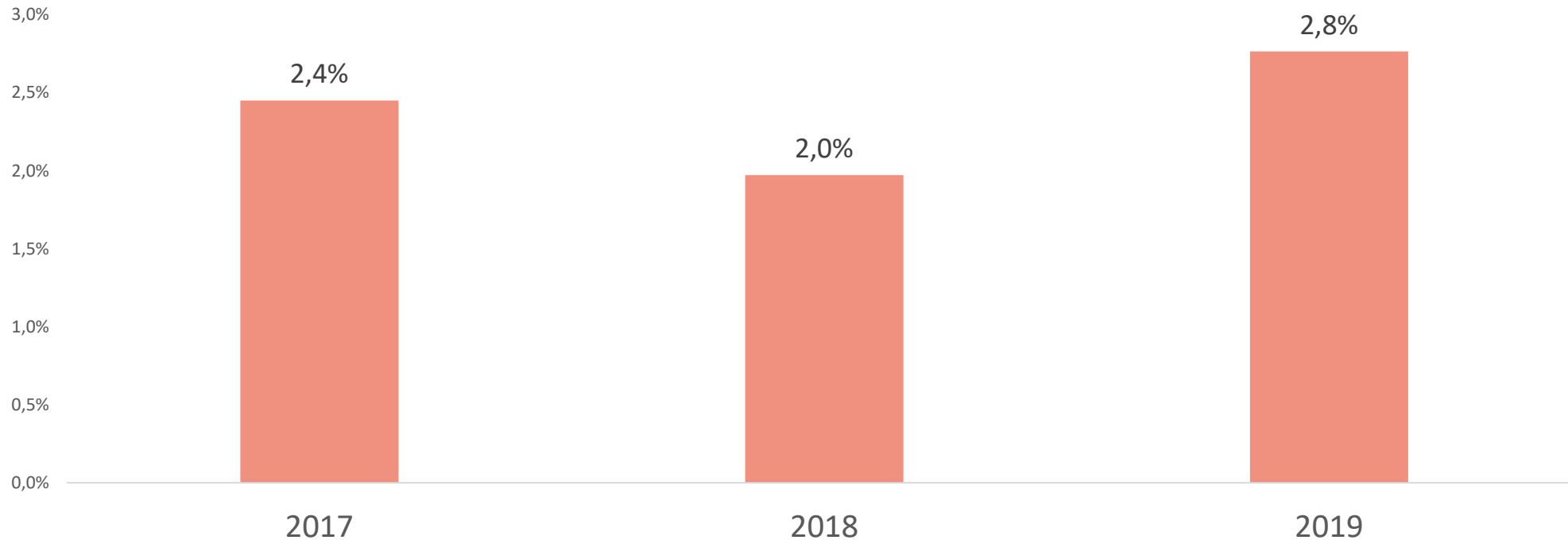
Årets Black Friday tillfaller delvis december

Under de senaste åren har försäljningstillväxten i detaljhandeln varit bättre i november än i december – i huvudsak på grund av Black Friday. Detta innebär att november successivt har ökat sin vikt som försäljningsmånad och tagit försäljning från december och julhandeln. Något som delvis förklarar varför decembertillväxten har utvecklats svagt de senaste åren.

I år är ligger dock Black Friday sent (29 november). Det är därför troligt att viss konsumtion som normalt tillfaller november istället kommer att tillfalla december. Detta gäller söndagen efter Black Friday samt Cyber Monday som infaller 2 december. Julhandeln har därför möjlighet att återta viss novemberförsäljning och uppnå en högre tillväxttakt än under tidigare år.

November och december sammanslaget

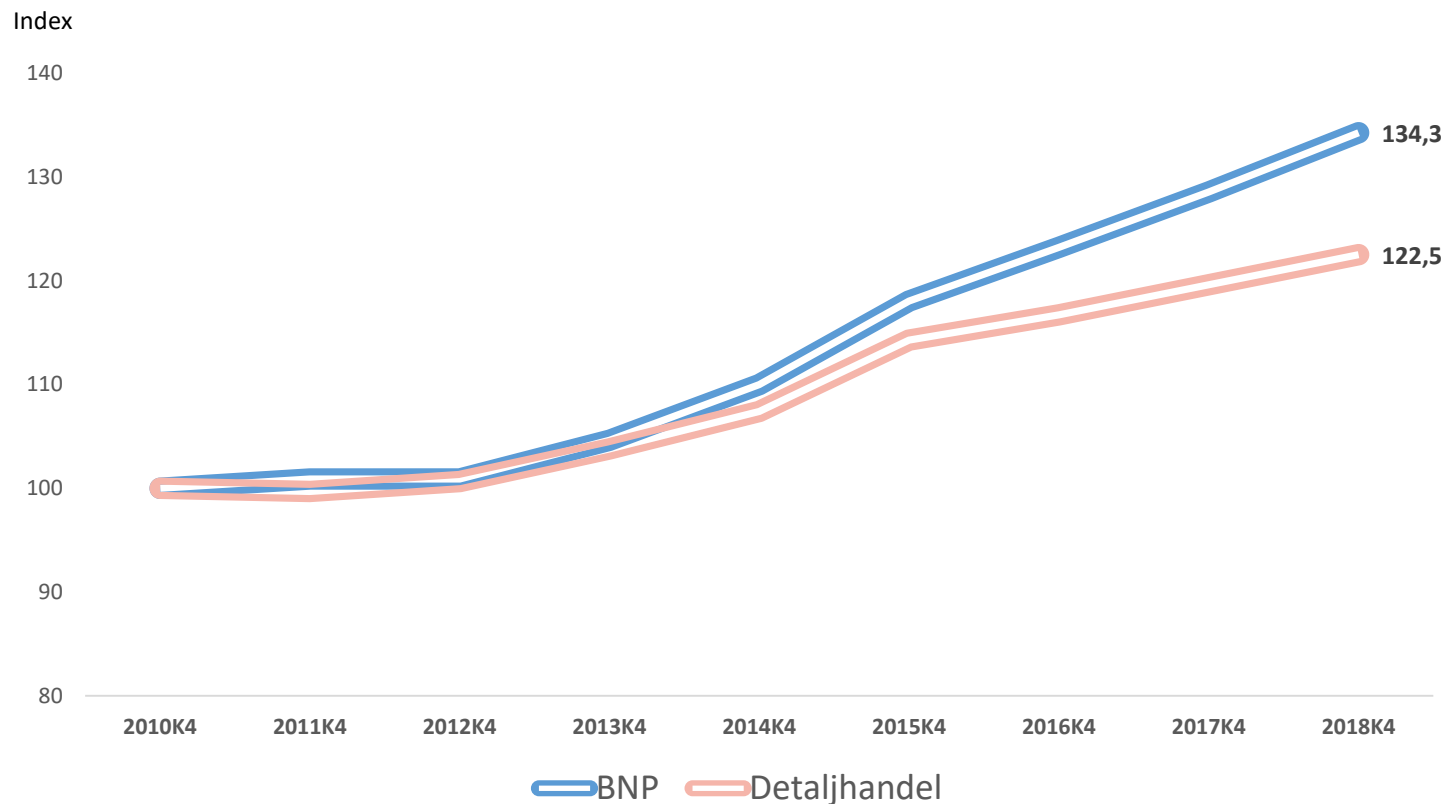
Tillväxttakt för sammanslagen november och decemberförsäljning



Källa: SCB/HUI

Detaljhandeln växer långsammare än BNP

Indexerad tillväxt för BNP och detaljhandel



Detaljhandelsförsäljningen har inte hängt med BNP-tillväxten

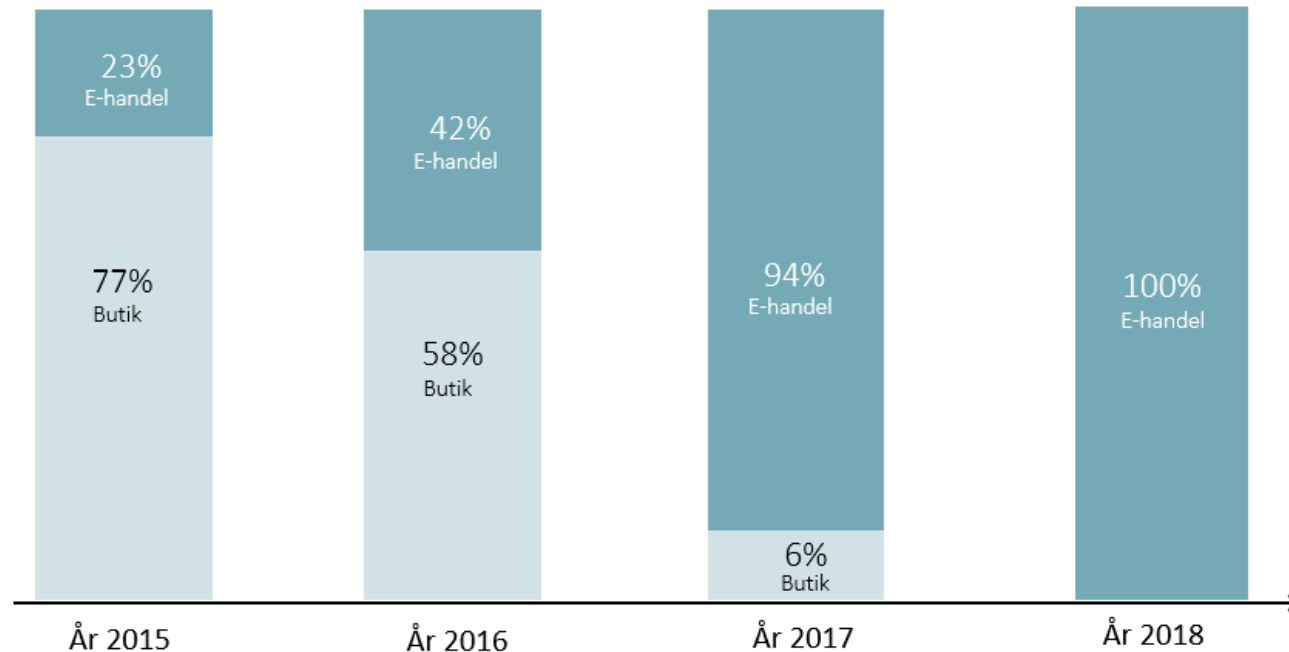
Att handelns försäljning ökar varje år är en effekt av inflation och befolkningsökning, vilket driver upp försäljningsvärdet och genererar en naturlig tillväxt.

När detaljhandelstillväxten istället ställs mot svensk BNP tydliggörs ett annat perspektiv. Handeln har haft svårt att hänga med tillväxttakten för BNP i stort och tappar BNP-andelar relativt andra typer av verksamheter. Då även lågkonjunktur tenderar att slå hårt mot handeln finns en betydande risk för att delar av detaljhandeln kommer att tappa än mer mot svensk BNP framöver.

En god e-handelsjul

Tillväxten sker på nätet

Sällanköpsvaruhandelns tillväxt per försäljningskanal



Källa: PostNord, E-barmetern samt SCB

E-handeln driver tillväxten i sällanköpsvaruhandeln

I sällanköpsvaruhandeln sker tillväxten sedan 2018 framförallt på nätet. Detta gäller även julhandeln 2019. Av de 2,5 procent som sällanköpsvaruhandelns tillväxt väntas uppgå till kommer den absoluta majoriteten från e-handeln.

Eftersom julafton i år infaller på en tisdag kan dock sistaminuten-beställningarna på nätet påverkas negativt i år om kunderna inte vågar lita på att de hinner få sina beställningar i tid.

Sammanfattning

- Svenskarna handlar för 79,8 miljarder i december 2019, en ökning med 3,0 procent sedan 2018.
- Trots vikande konjunktur skapar minusränta goda förutsättningar för julhandeln 2019
- Black Friday hamnar till viss del i december, vilket gynnar decembertillväxten.
- Julhandelns tillväxt sker framförallt på nätet.



HUI
RESEARCH