



SPORTINDEX

KVARTAL 3 2021

hvi.

///  Svenskt Sportforum
SPORTINDEX

Definitioner

Sporthandelns utveckling

Sportindex baseras på inrapporterad försäljningsstatistik från ett antal branschledande aktörer. Aktörernas försäljning aggregeras och utvecklingstal skapas som redovisas i Sportindex. Indexet ger därmed inte en heltäckande bild av sporthandelns utveckling utan snarare utvecklingen för den del av sporthandeln som aktörerna tillhör. Sporhandeln består även exempelvis av rena e-handlare, outdoor-aktörer samt väldigt nischade aktörer, vars försäljningsutveckling inte fångas upp i Sportindex i dagsläget. När begreppet ”sporthandelns utveckling” används i samband med Sportindex syftar det därmed inte på hela sporthandeln.

Redovisningsenheter

Sportaktörerna redovisar försäljning i absoluta tal (kronor och ören) i Sverige inklusive moms. Endast faktiskt försäljning, ej t.ex. presentkort. Returer, reklamationer, byten, nollordrar, rabatter, erbjudanden och rea justeras över tid av de inrapporterande aktörerna.

Försäljningsutveckling

Utveckling jämfört med samma period föregående år.

Total försäljningsutveckling

Total försäljningsutveckling innefattar försäljning i fysisk butik (för det totala butiksinnehavet eller i jämförbara enheter) samt i e-handeln. Försäljningen utgår från de tre huvudkategorierna kläder, skor och utrustning och motsvarar därmed

inte alltid aktörernas totala försäljning. Exempelvis inkluderas inte service och tjänster samt försäljning av merchandise (supporterartiklar).

Jämförbara enheter

Försäljningstillväxt mellan två perioder rensat för nya och/eller nedlagda butiker. Om en butik genomgår en större förändring i form av ombyggnad eller tillbyggnad är den inte längre en jämförbar enhet. Försäljningsutvecklingen avser således identiska enheter mellan de två perioderna.

Hela butiksbeståndet

Försäljningstillväxt mellan två perioder för hela butiksbeståndet, inkluderat nya och/eller nedlagda butiker.

Fysisk försäljning

Försäljning där transaktionen sker i en fysisk butik.

E-handelsförsäljning

Försäljning där transaktionen sker på nätet, därmed även click-and-collect.

Huvud/underkategoridefinition

Statistiken rapporteras in på ett antal produktkategorier som tagits fram i samarbete med sportaktörer. De tre huvudkategorierna är kläder, skor och utrustning. Dessa bryts därefter ned i ett antal underkategorier som specificeras på nästkommande sida.

Statistikträd för Sportindex

Försäljningen rapporteras in enligt följande uppdelning. Underkategoriernas utveckling (nivå 4) redovisas ej fullständigt i dagsläget, men ambitionen är att inom kort kunna redovisa dessa siffror. Enskilda underkategoriers utveckling kan komma att redovisas och kommenteras i analysdelen.

1	TOTAL FÖRSÄLJNING					
2	FYSISK HANDEL			E-HANDEL		
	HELA BUTIKSBESTÅNDET		JÄMFÖRBARA ENHETER			
3	SKOR		KLÄDER		UTRUSTNING	
	LÖPNING		SPORTSWEAR/MODE		ALPINT	
4	FOTBOLL		LÖPNING/TRÄNING		LÄNGDÅKNING	
	SNEAKERS/MODE		OUTDOOR		CYKEL	
	OUTDOOR/KÄNGOR		MODEJACKOR		OUTDOOR	
	TRÄNING/FITNESS		ACCESSOARER		HOCKEY	
	JUNIOR/BARN		LAGKLÄDER		SPORTUTRUSTNING	
			JUNIOR/BARN		ÖVRIGT	

Total försäljningsutveckling

	Jul 2021	Aug 2021	Sep 2021	Q3 2021	Hittills i år	Helår 2020
Total försäljning Hela butiksbeståndet & e-handeln	0,1%	19,1%	1,1%	6,5%	8,3%	-2,9%
Total försäljning Jämförbara enheter & e-handeln	-0,8%	17,9%	0,8%	5,7%	10,8%	0,4%

Försäljningsutveckling i fysisk butik och e-handeln

	Total försäljning Jämförbara enheter & e-handeln	Fysisk butik Jämförbara enheter	E-handel
Q3 2021	5,7%	3,4%	21,9%
Jul 2021	-0,8%	-1,0%	0,4%
Aug 2021	17,9%	14,0%	45,4%
Sep 2021	0,8%	-2,3%	20,6%
Hittills i år	10,8%	7,1%	34,0%
Rullande 12	7,4%	2,4%	38,9%
Helår 2020	0,4%	-4,9%	43,7%

Utveckling under tredje kvartalet enligt Sportindex

Augusti lyfter tredje kvartalet

- **Den totala försäljningen** i sporthandeln ökade med 6,5 procent under tredje kvartalet 2021 enligt Sportindex, jämfört med samma period föregående år. Mätt i jämförbara enheter landade tillväxten på 5,7 procent. Skillnaden innebär en nettoökning av butiker i sporthandeln jämfört med samma period 2020.
- **Augusti blev kvartalets tillväxtmotor**, med en utveckling på 19,1 procent, medan juli och september uppvisade relativt svaga utvecklingstal om 0,1 respektive 1,1 procent.

	Juli	Augusti	September	Q3
Hela butiksbeståndet och e-handeln	0,1%	19,1%	1,1%	6,5%

- *Sortimentsflödet under 2021 är enormt ojämnt och ryckigt på grund av pandemins effekter på produktionen och logistiken. Traditionella årligen återkommande perioder med försäljningstoppar är brutna och hamnar nu istället när produkterna kommer in i lager. Den starka utvecklingen i augusti innebär inte att efterfrågan på sportartiklar var onormalt hög under just den månaden, utan snarare att tillgången på produkter motsvarade konsumentens behov och önskemål på ett bättre sätt än övriga månader. De leveranser av kläder och skor som under normala förutsättningar skulle kommit i juni och juli försenades till augusti och sammanföll med en återgång till skolor, kontor och sportaktiviteter vilket orsakade en försäljningstopp i augusti, säger Lars Palmgren, vd på SGN Sport Sverige (Team Sportia, Sportringen och Bike Nation).*

- **Butiksförsäljningen i jämförbara enheter** ökade med 3,4 procent under tredje kvartalet. Den ackumulerade försäljningstillväxten ligger på 7,1 procent under 2021.
- **E-handelsförsäljningen** växte med 21,9 procent under tredje kvartalet. E-handeln fortsätter att driva tillväxt i sporthandeln och av den totala tillväxttakten på 6,5 procent stod e-handeln för nästan 40 procent. E-handelns andel av försäljningen uppgick till 13 procent av under kvartalet, jämfört med 17 procent föregående kvartal. Minskningen är ett tecken på en återgång till de fysiska butikerna i takt med att smittspridningen avtagit och restriktioner släppts.

+6,5%

Total försäljningsutveckling Q3 2021
Hela butiksbeståndet och e-handeln

+5,7%

Total försäljningsutveckling Q3 2021
Jämförbara enheter och e-handeln

+3,4%

Utveckling i fysisk butik Q3 2021
Jämförbara enheter

+21,9%

Utveckling i e-handeln Q3 2021

hui.

Framtiden påverkas av fraktkris, varubrist och högre inköpspriser

- **Sportindex** ökade med 6,5 procent under tredje kvartalet, sett till hela butiksbeståndet samt e-handeln.
- **Den svenska ekonomin** har under det andra halvåret 2021 gått in i en mild högkonjunktur, dock med relativt hög arbetslöshet. Återhämtningen i ekonomin tog fart ordentligt under tredje kvartalet till följd av minskad smittspridning och släppta restriktioner. Barometerindikatorn* för hela ekonomin sjönk något under september men befinner sig fortfarande på en betydligt högre nivå än normalt.
- **Hushållens konsumtion** har påverkats positivt av restriktionslättnader och ökade i augusti med 4,6 procent jämfört med augusti 2020, men det är en minskning med 1,1 procent jämfört med juli. Tillväxten beror i hög grad på ökad konsumtion av tjänster så som hotell, restaurang samt kulturella evenemang som befann sig på låga nivåer under coronapandemin.
- **Detaljhandelns försäljning** ökade med 5,3 procent i löpande priser under tredje kvartalet enligt SCB. Sällanköpsvaruhandeln ökade med 7,3 procent. Konsumenters återgång till arbetsplatserna, sociala tillställningar och sportaktiviteter bidrar till den höga efterfrågan.
- **Barometerindikatorn* för detaljhandeln** nådde 117,0 i september 2021, en ökning med 4,9 enheter jämfört med augusti. Värdet indikerar ett mycket starkt konjunkturläge, då ett värde på 100 är neutralt. Den höga nivån beror dock på att varulagren är för små, vilket orsakats av de aktuella kapacitetsbegränsningarna.
- **Framtidsutsikterna kantas av orosmoln** gällande huruvida utbudssidan kommer kunna absorbera konsumenternas efterfrågan. Handeln påverkas av världsomfattande råvarubrist, särskilt inom elektronik, samt stora fraktproblem. Coronapandemin har orsakat kraftiga störningar och obalanser i de globala leveranskedjorna vilket bland annat orsakat brist på fartyg och utrustning, förseningar samt kraftigt höjda fraktpriser. Dessa problem väntas bestå under stora delar av 2022 och kommer påverka både utbudet samt priserna på varor.
- **Den årliga prisökningen** (12-månadersförändring av inflationstakt) uppgick i september till 2,5 procent. Höga fraktpriser, varubrist och förväntningar på högre inköpspriser bidrar till att förväntningarna på högre priser i sällanköpsvaruhandeln ökat kraftigt under det senaste halvåret.

Sportindex



Konjunkturläget



Hushållens konsumtion



Detaljhandelns försäljning



Detaljhandelns barometerindikator



Konsumentpriser



Pilens riktning indikerar utveckling jämfört tidigare mätperiod (ökar, minskar, oförändrad). Pilens position (över/under streckad linje) indikerar huruvida utvecklingen ligger över eller under noll (ett stillastående läge eller index 100).

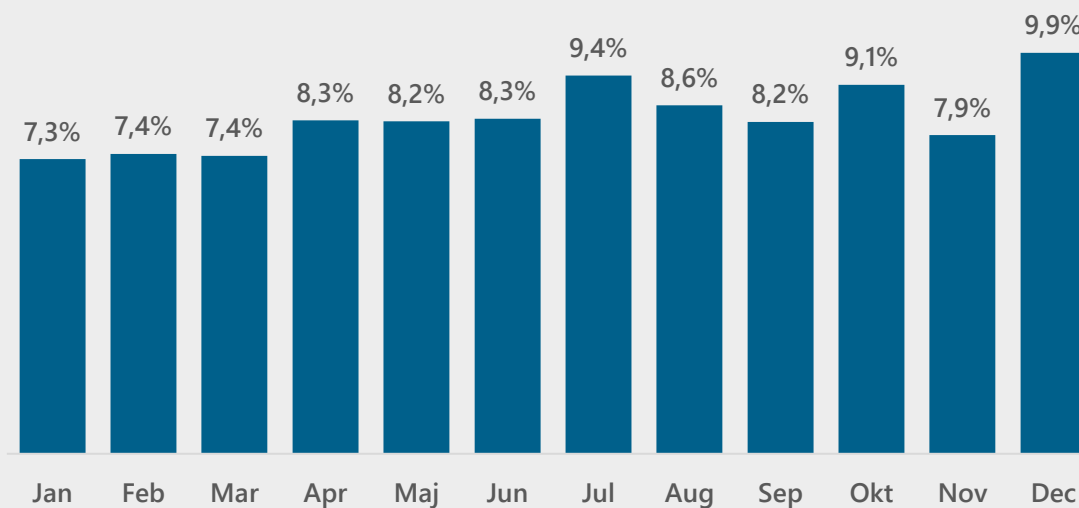
hul.

Källor: Konjunkturinstitutets konjunkturbarometer och konjunkturläget, SCB:s detaljhandelsindex, hushållens konsumtion och konsumentprisindex.

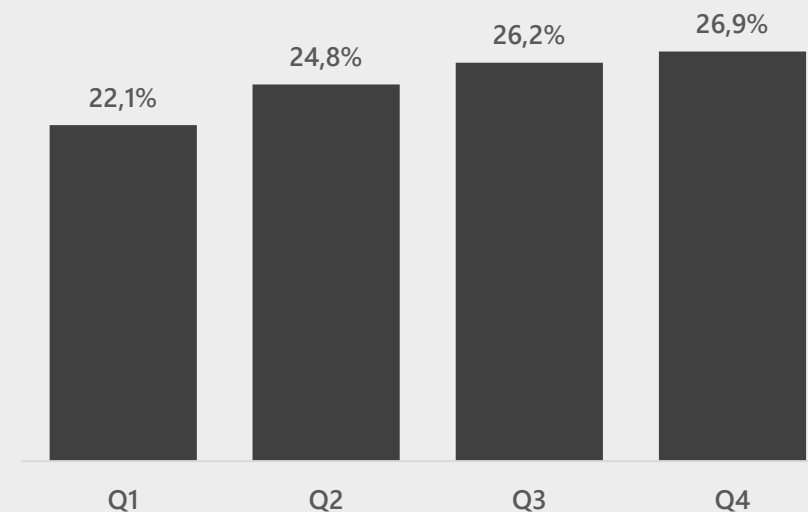
*Barometerindikatorn publiceras månadsvis av Konjunkturinstitutet och syftar till att fånga stämningläget i den svenska ekonomin. Värdet över 100 motsvarar en starkare ekonomi än normalt och värdet över 110 en mycket starkare ekonomi än normalt. Värdet under 100 respektive under 90 visar en svagare respektive mycket svagare ekonomi än normalt.

Sporthandelns fördelning av försäljning per månad och kvartal

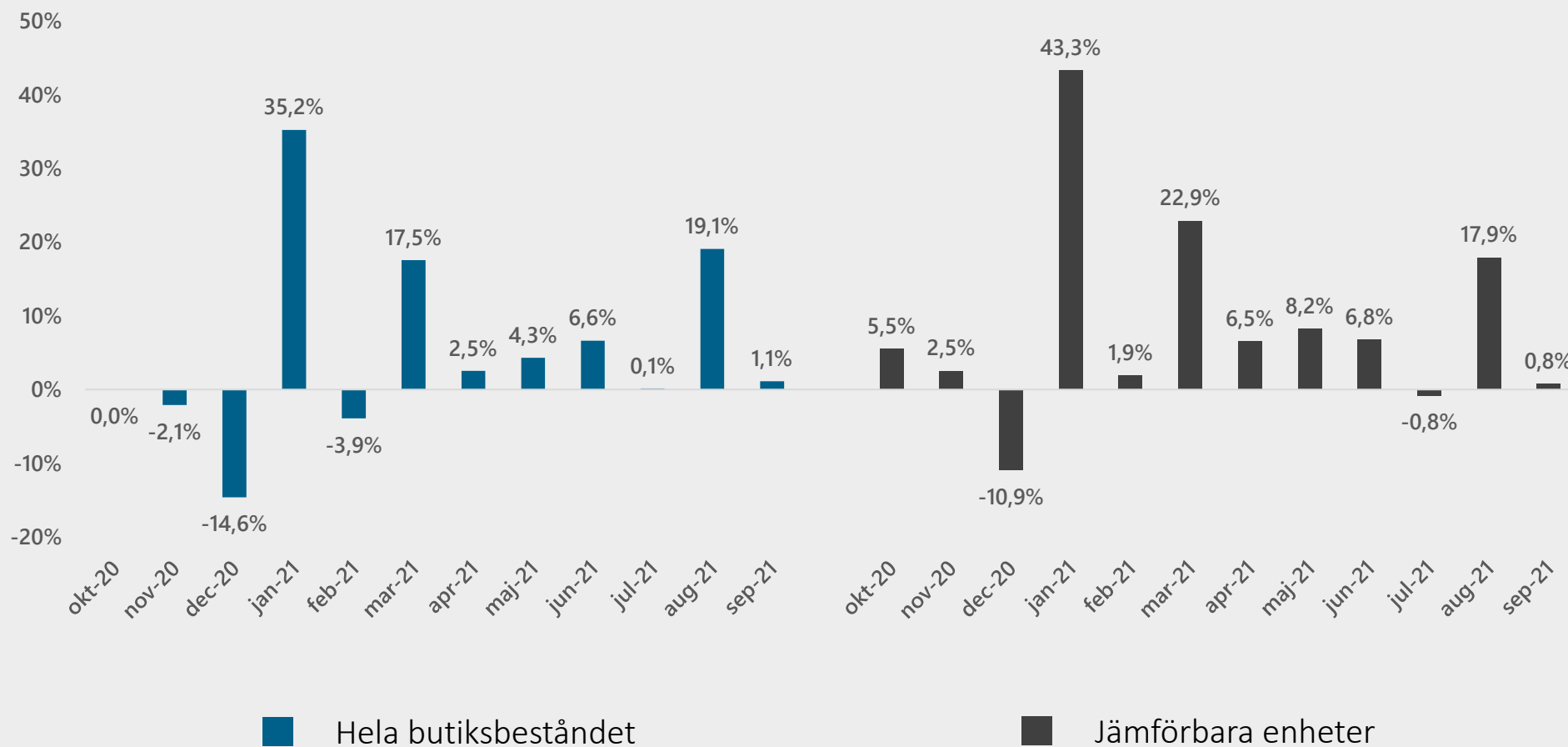
Fördelning per månad



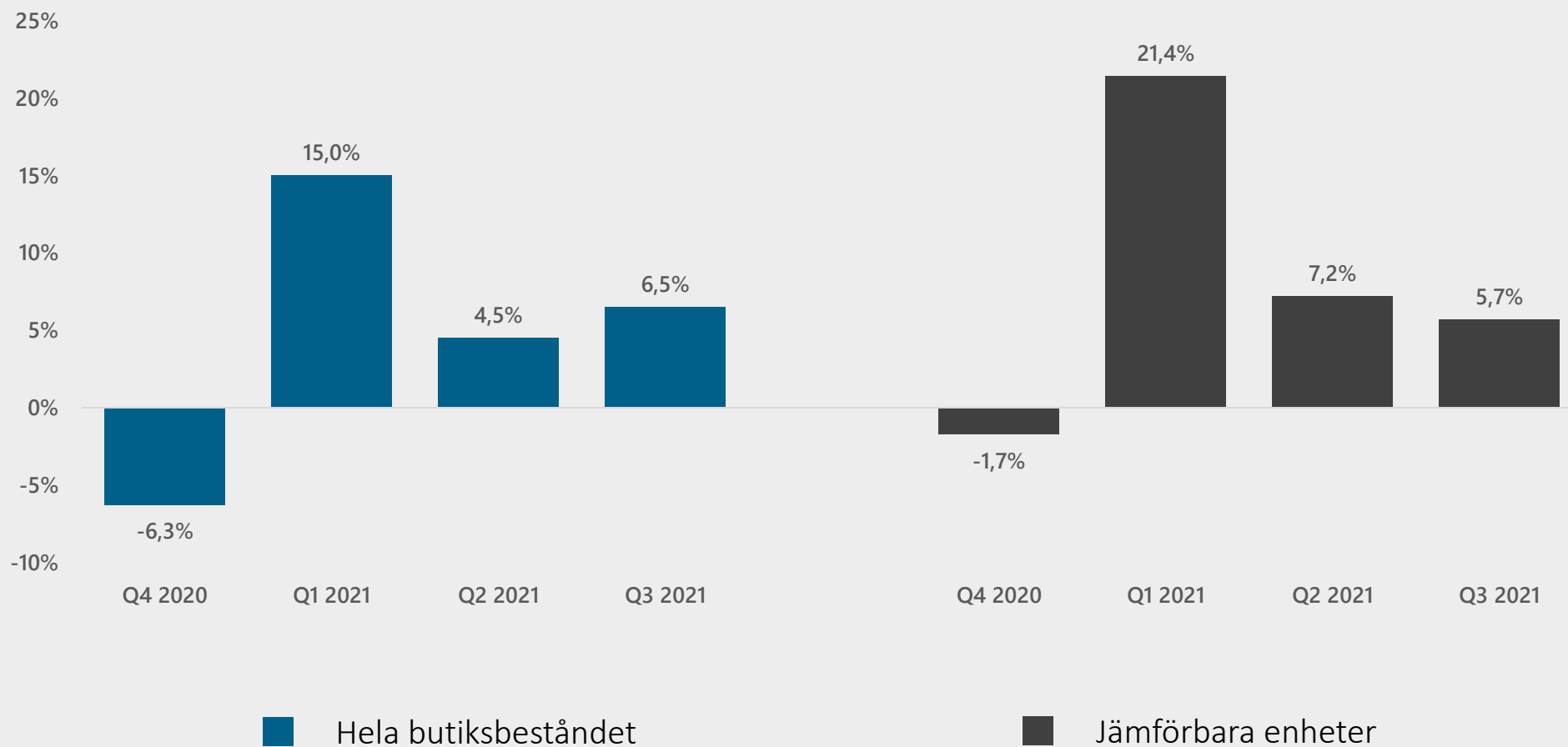
Fördelning per kvartal



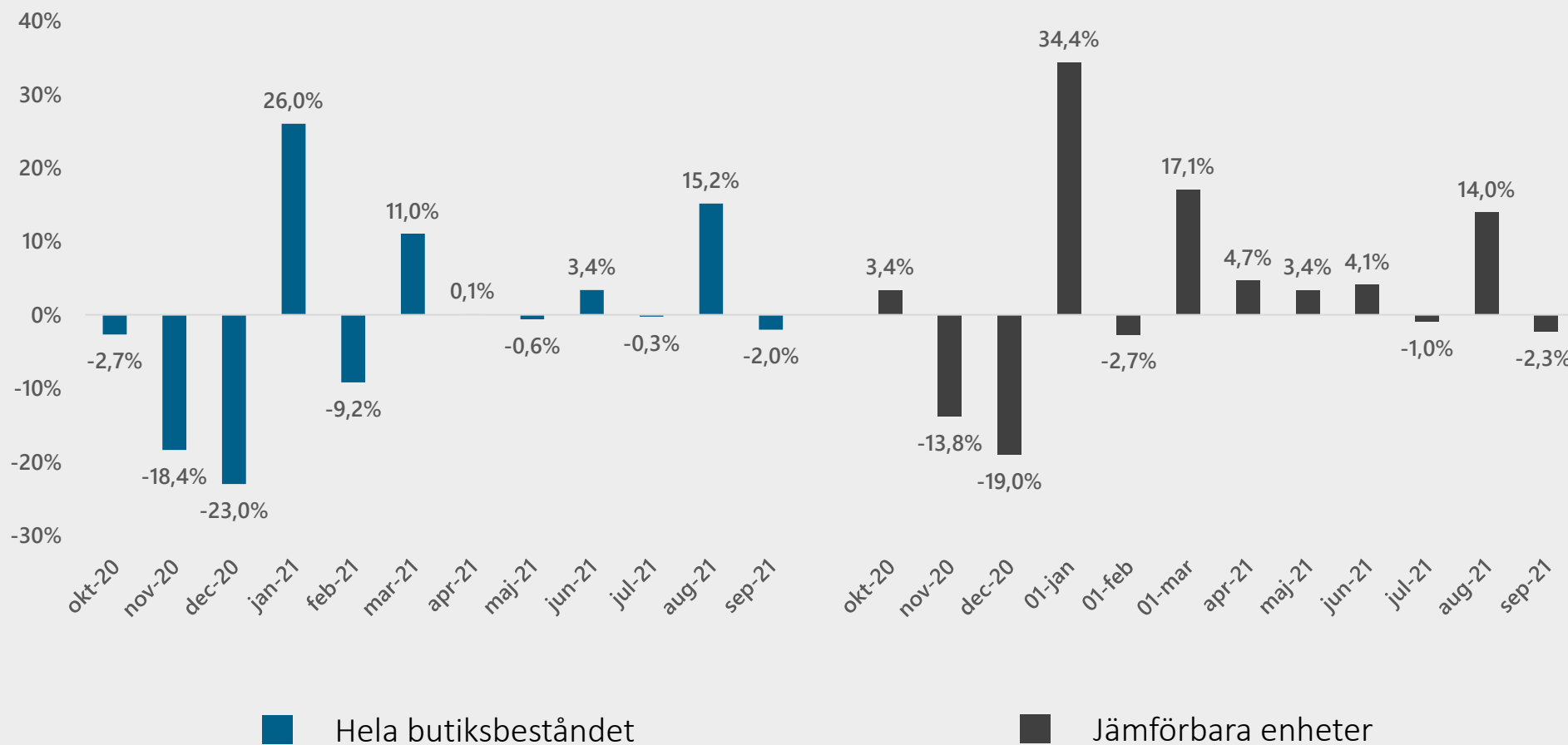
Försäljningsutveckling per månad



Försäljningsutveckling per kvartal

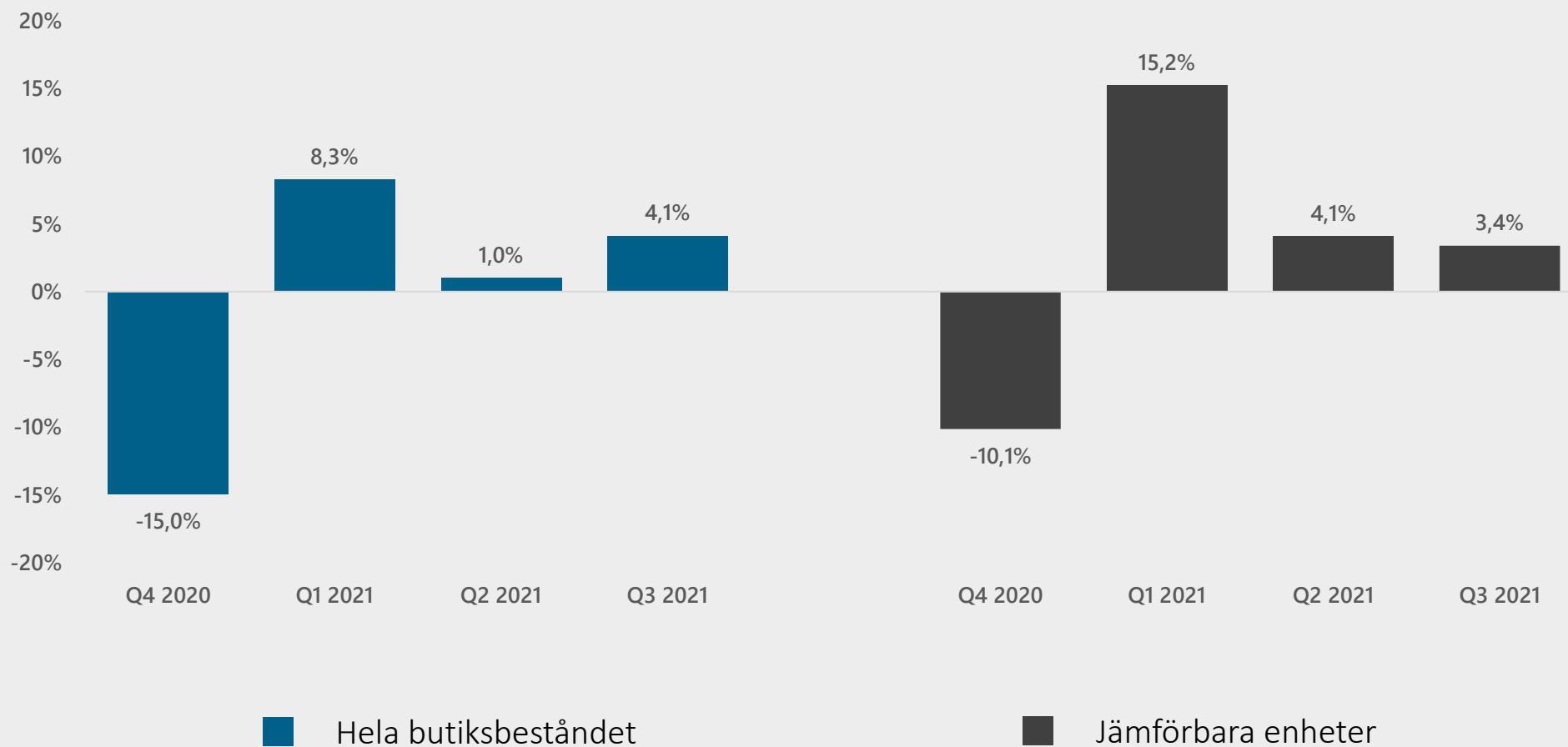


Försäljningsutveckling i fysisk butik per månad

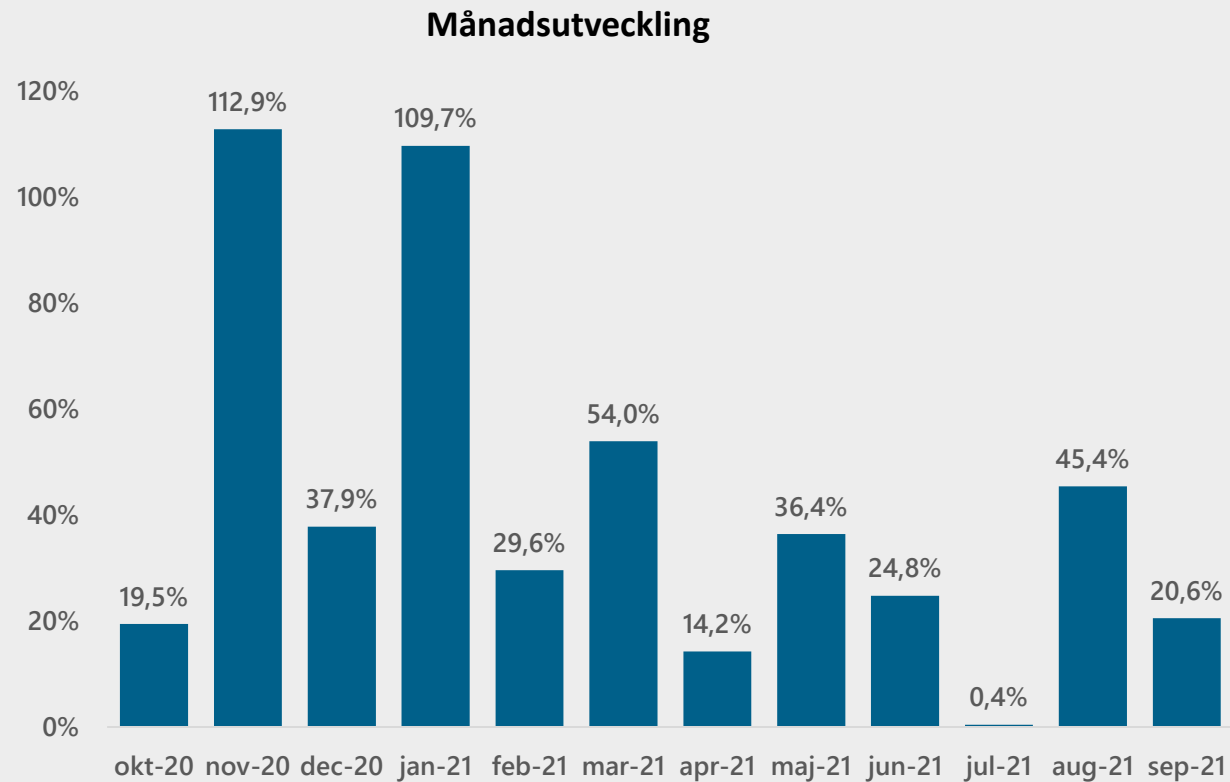


hui.

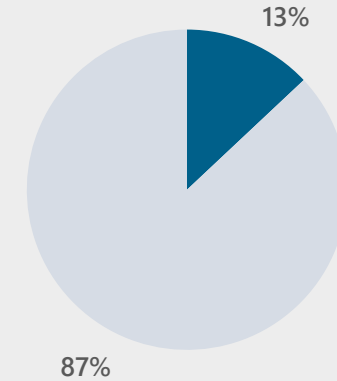
Försäljningsutveckling i fysisk butik per kvartal



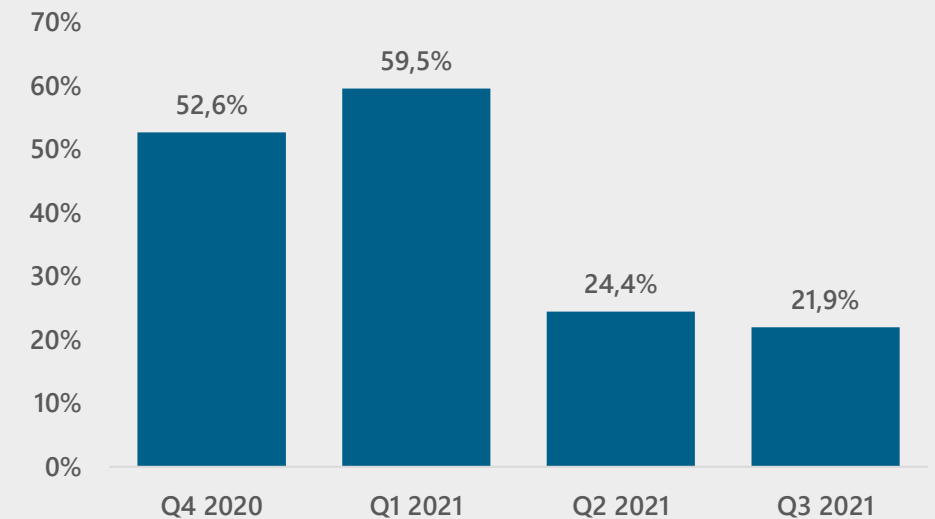
Försäljningsutveckling i e-handeln



Andel av total försäljning Q3 2021



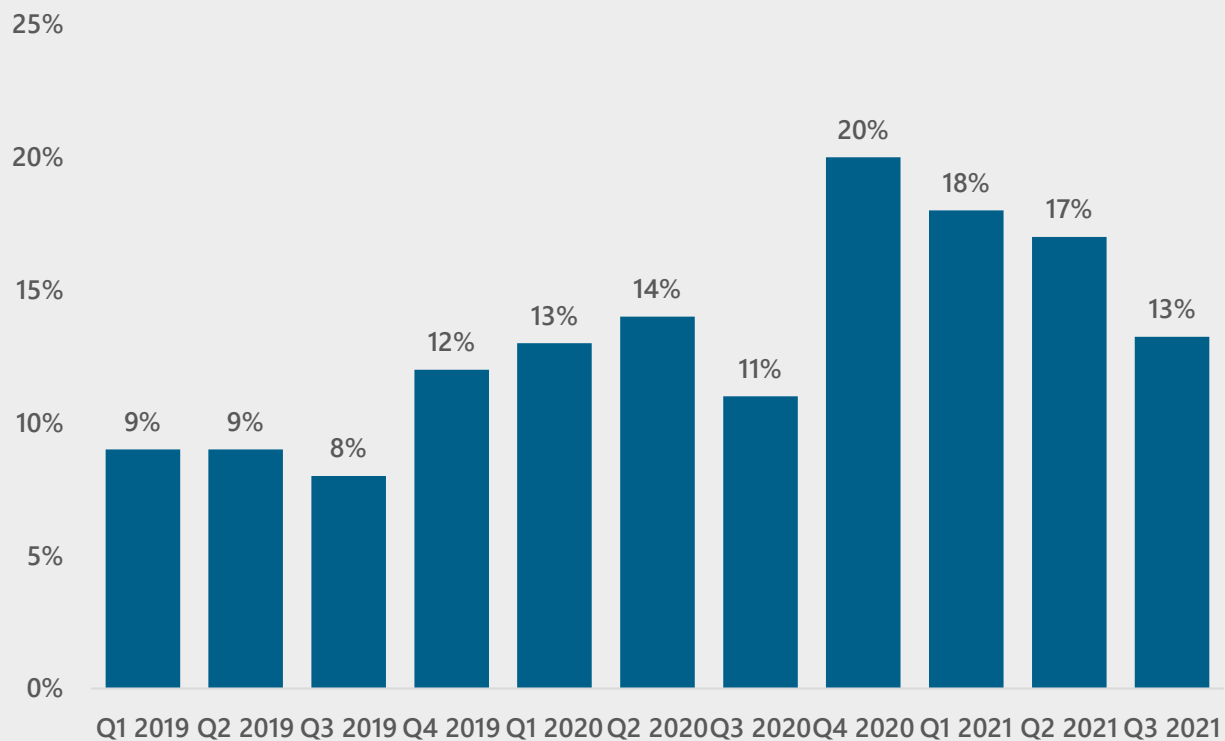
Kvartalsutveckling



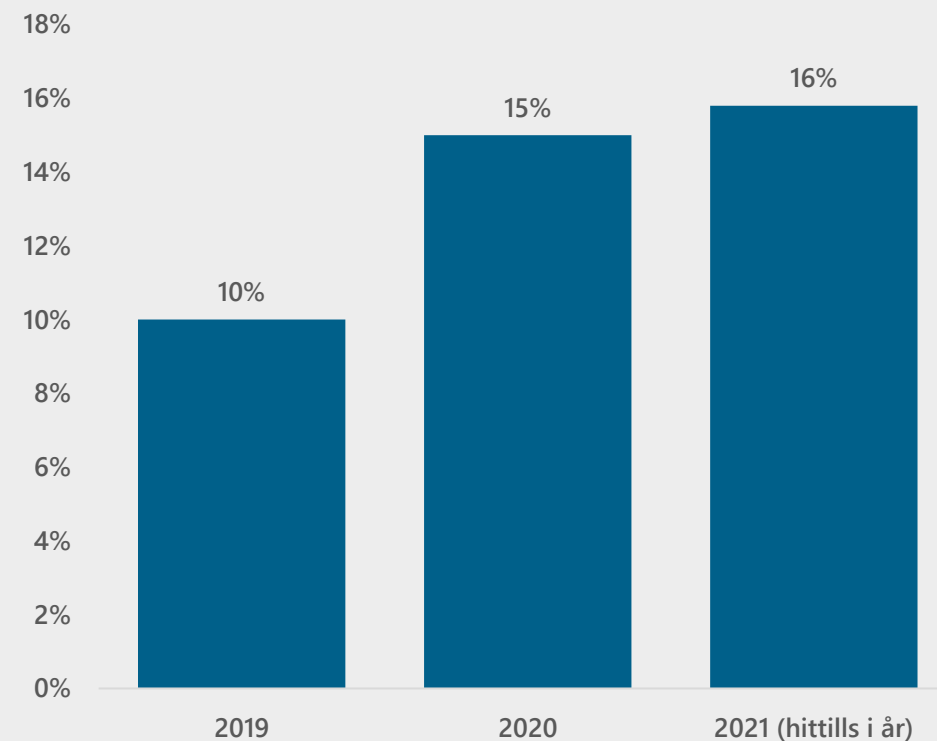
Utveckling jämfört med samma period föregående år.
Decathlon ingår från och med juli 2021.

E-handels andel av försäljningen

E-handelsandel per kvartal



E-handelsandel per år



hul.

Utveckling jämfört med samma period föregående år.
Andel av total försäljning (hela butiksbeståndet samt e-handeln).
Decathlon ingår från och med juli 2021.

Produktkategoriernas utveckling och storlek

	Kläder			Skor			Utrustning		
	Total	Fysisk	E-handel	Total	Fysisk	E-handel	Total	Fysisk	E-handel
Q3	11,5%	9,4%	27,9%	10,0%	7,7%	28,1%	-6,5%	-9,4%	11,0%
Jul	4,4%	4,9%	-0,3%	1,4%	0,9%	5,9%	-8,4%	-9,5%	-1,5%
Aug	29,5%	24,9%	64,8%	27,5%	22,6%	66,2%	-5,9%	-9,3%	12,5%
Sep	2,9%	0,2%	21,0%	0,9%	-0,7%	11,0%	-3,7%	-9,6%	30,6%
Hittills i år	17,1%	12,2%	52,4%	11,8%	9,5%	27,2%	2,1%	-1,6%	21,1%
Rullande 12	10,0%	4,2%	51,4%	10,6%	7,0%	34,7%	1,1%	-3,9%	27,9%
Helår 2020	-3,4%	-8,3%	40,4%	-0,2%	-4,5%	35,1%	6,8%	0,2%	55,0%
Andel av total försäljning 2020	44%	44%	41%	25%	26%	24%	31%	30%	35%

För frågor gällande Sportindex, vänligen kontakta:

Claes Forsberg

Vd Svenskt Sportforum

070-492 14 50

claes.forsberg@svensktsportforum.se

För frågor gällande statistiken, vänligen kontakta:

Emelie Ekholm

Analytiker HUI Research

070-547 94 98

emelie.ekholm@hui.se

hui.

 Svenskt Sportforum
SPORTINDEX