

SPORTINDEX PREMIUM



KVARTAL 4 2022

hui.

 **SPORTFORUM**

Prenumerera på Sportindex!

SPORTINDEX BAS

Sportindex Bas riktar sig till dig som behöver övergripande kunskap om hur sporthandelns utveckling. Sportindex Bas kostar 3 960 kronor exklusive moms för 12 månader och fyra rapporter (990 kronor per rapport). Innehåller:

- ✓ Total försäljningsutveckling samt avseende jämförbara butiksenheter
- ✓ Försäljningsutveckling i fysisk butik
- ✓ Försäljningsutveckling i e-handeln
- ✓ E-handels andel av den totala försäljningen

*För att påbörja en prenumeration, kontakta:
jonas.linder@svensksportforum.se*

*Prenumerationen förlängs automatiskt med 12 månader i taget.
För medlemmar i Svenskt Sportforum ingår en prenumeration på Sportindex Premium. Läs mer på svensksportforum.se.*

SPORTINDEX PREMIUM

Sportindex Premium riktar sig till dig som behöver veta allt om marknadstrenderna och vad som driver försäljning i sporthandeln. Sportindex Premium kostar 15 960 exklusive moms för 12 månader och fyra rapporter (3 990 kronor per rapport). Innehåller:

- ✓ Total försäljningsutveckling samt avseende jämförbara butiksenheter
- ✓ Försäljningsutveckling i fysisk butik
- ✓ Försäljningsutveckling i e-handeln
- ✓ E-handels andel av den totala försäljningen
- ✓ Sporthandelns säsongsmönster
- ✓ Prisutveckling i sporthandelns varukategorier
- ✓ Försäljningsutveckling i kategorierna kläder, skor och utrustning (inklusive kategoriernas storlek) som redovisas uppdelat på total försäljning, fysisk butik och e-handel
- ✓ Försäljningsutveckling i 22 produktkategorier (inklusive produktkategoriernas storlek)
- ✓ Analys och kommentar av utvecklingen under kvartalet
- ✓ Nulägesindikatorer och utsikter
- ✓ Historiska Sportindex-rapporter (från Q1 2021)
- ✓ Statistikunderlag i Excel-format

*För att påbörja en prenumeration, kontakta:
jonas.linder@svensksportforum.se*

Om Sportindex

Sportindex är ett benchmarkingindex som tas fram av Svenskt Sportforum i samarbete med HUI Research som ansvarar för statistikinsamling, databearbetning och kvalitetssäkring. Rapporten bygger på försäljningsstatistik som samlas in fyra gånger per år från sportaktörer och följer utveckling och trender för sporthandelns tillväxt i både fysisk butik och på nätet, uppdelat på relevanta produktkategorier. Sportindex mäter utvecklingen i löpande priser och publiceras i slutet av april, juli, oktober och januari.

Datum för publicering

Sportindex Q1 2023	26 april 2023
Sportindex Q2 2023	26 juli 2023
Sportindex Q3 2023	25 oktober 2023
Sportindex Q4 2023	25 januari 2024

Sportindex baseras på försäljningsstatistik från följande aktörer:

stadium® stadium® OUTLET

INTERSPORT

SPORTshopen®

XXL

TEAM
SPORTIA®

DECATHLON

LÖPLABBET®

hui.

SWEDEMOUNT™



SPORTshopen®
OUTLET

Definitioner

Sporthandelns utveckling

Sportindex är ett benchmarkingindex som 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.

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. Försäljning i jämförbara enheter 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.

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.

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

Utvecklingstalen i Sportindex redovisas enligt följande uppdelning av segment och produktkategorier.

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

Total försäljningsutveckling

	Q4 2022	Okt 2022	Nov 2022	Dec 2022	Helår 2022	Helår 2021	Helår 2020
Total försäljning Hela butiksbeståndet & e-handeln	FÖR PRENUMERANTER						-2,9%
Total försäljning Jämförbara enheter & e-handeln							0,4%

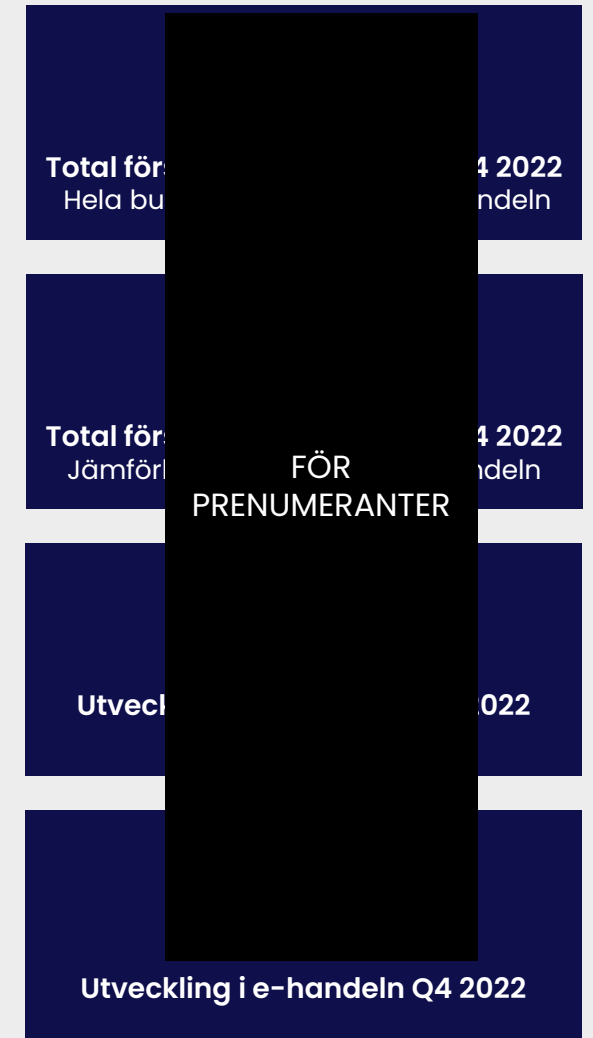
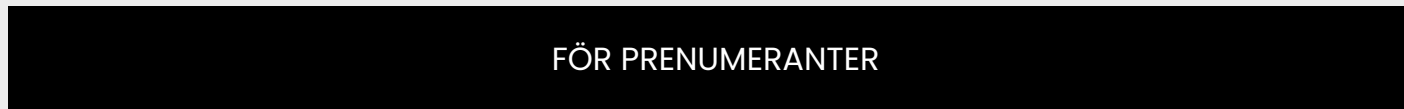
Försäljningsutveckling uppdelat på fysisk butik och e-handel

	Total försäljning Jämförbara enheter & e-handeln	Fysisk butik Jämförbara enheter	E-handel
Q4 2022	FÖR PRENUMERANTER		
Okt 2022			
Nov 2022			
Dec 2022			
Helår 2022			
Helår 2021			
Helår 2020			

Sporthandeln lyckades inte matcha starka jämförelsetal

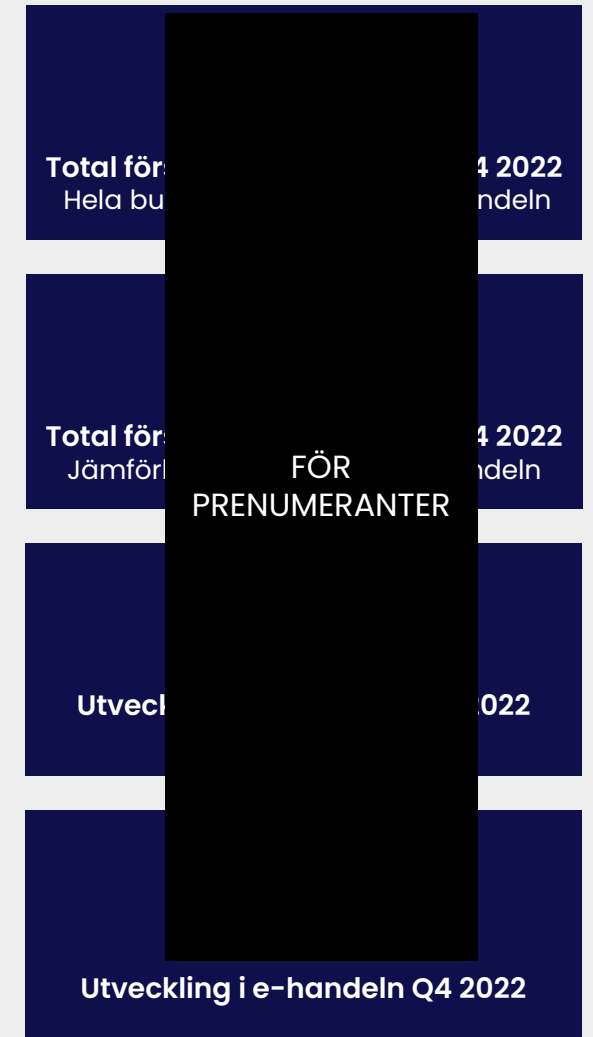


- Under helåret 2022 minskade den totala försäljningen i sporthandeln med 5,8 procent, vilket kan jämföras med helåret 2021 då branschen upplevde en positiv försäljningsutveckling på 11,6 procent. En del av tappet kan kopplas till det oroliga ekonomiska läget och att konsumenterna håller hårdare i plånboken. Det faktum att den allra största delen av året inte har präglats av en pandemi är också en bidragande faktor. Under pandemin fick sporthandeln ett ordentligt lyft när skidsemestrar i Sverige ersatte resor till tropiska länder, friluftsentresset blomstrade hos svenskarna och hemmajobb gjorde att det blev ont om lediga tider i padel- och tennishallar. Under 2022 och återgången till ett normalläge har konkurrensen om konsumenternas tid och pengar blivit starkare. Sportaktiviteter och konsumtion i sporthandeln har i högre grad konkurrerat med kontorsarbetstid, utlandsresor, kulturevenemang, restaurangmiddagar och sociala tillställningar.



Utveckling under fjärde kvartalet enligt Sportindex

Rekordhög e-handelsandel under fjärde kvartalet



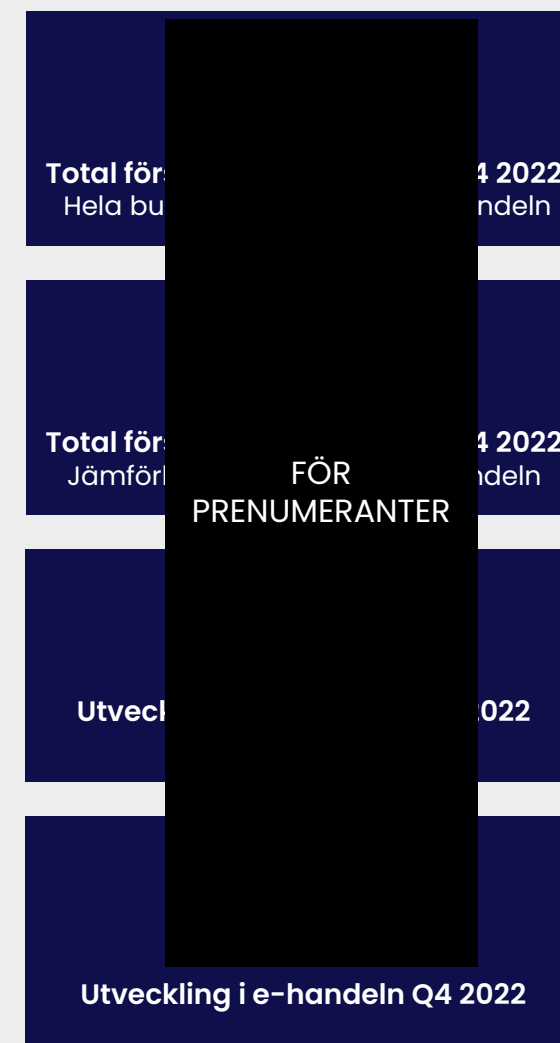
Stort tapp för racketsport på en mättad marknad

FÖR PRENUMERANTER

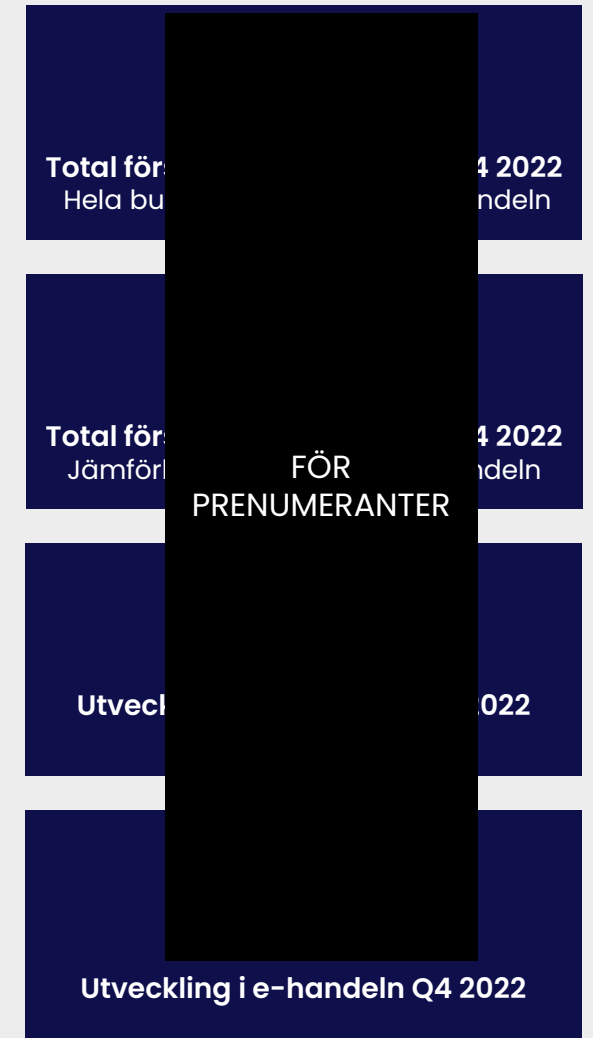
- **Försäljningen av utrustning minskade med 19,9 procent under fjärde kvartalet.** Sett till kvartalet månader minskade utrustningsförsäljningen med 13,1 procent i oktober, 13,9 procent i november och hela 26,7 procent i december. Vintersportkategorierna alpint, längdåkning och hockey bidrar till försäljningstappet i utrustning. Alpint stod för 20,6 procent av utrustningsförsäljningen under kvartalet och minskade med 19,7 procent, längdåkning stod för 11,4 procent och tappade 31,8 procent och hockey stod för 12,1 procent och minskade med 16,6 procent. Racketsport är en ny kategori i Sportindex som redovisas separat för första gången under detta kvartal. Kategorin innehåller racket, bollar, nät och annan utrustning till racketsporter som tennis, badminton och padel. Racketsport stod för 4,6 procent av utrustningsförsäljningen under fjärde kvartalet och tappade 33,8 procent.

”Under de senaste 18-24 månaderna har vi sett en riktigt stark utveckling av segmentet racketsport, vilket främst beror på den starka padel-trenden som varit. Nu när vi möter väldigt höga jämförelsesiffror ser vi stora tapp. Analysen är att marknaden mättats en hel del samt att det säljs oerhört mycket mer racketprodukter hos fler aktörer”, säger Daniel Löfkvist, COO och Vice President på Stadium Group.

hui.

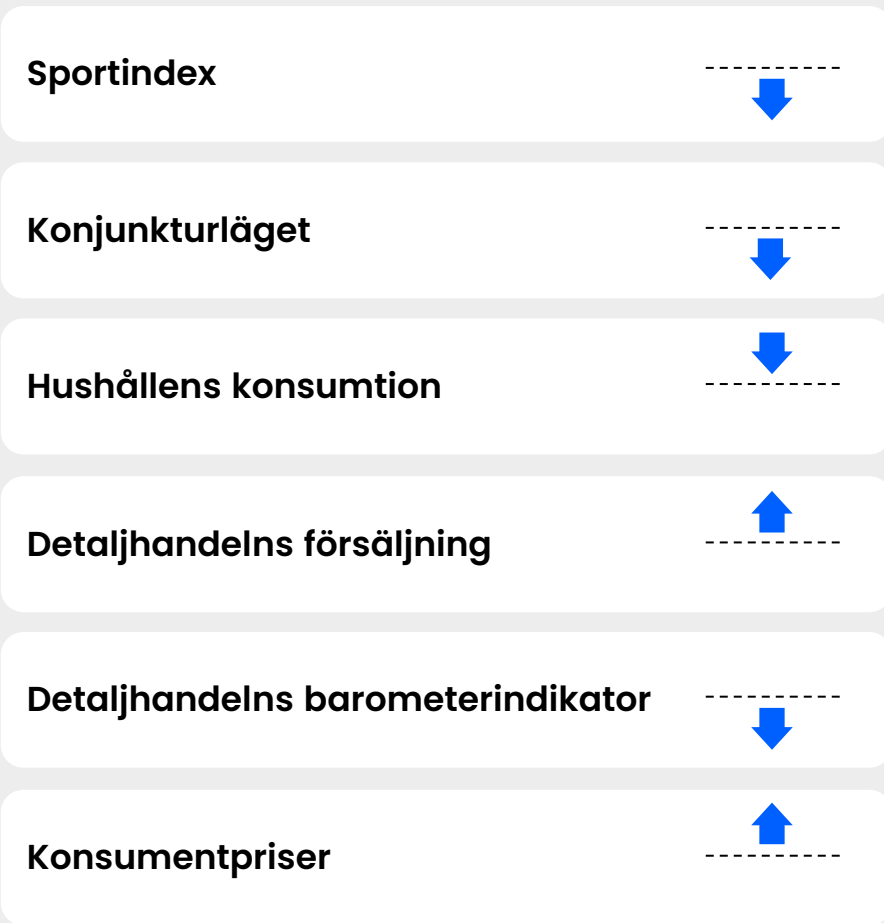
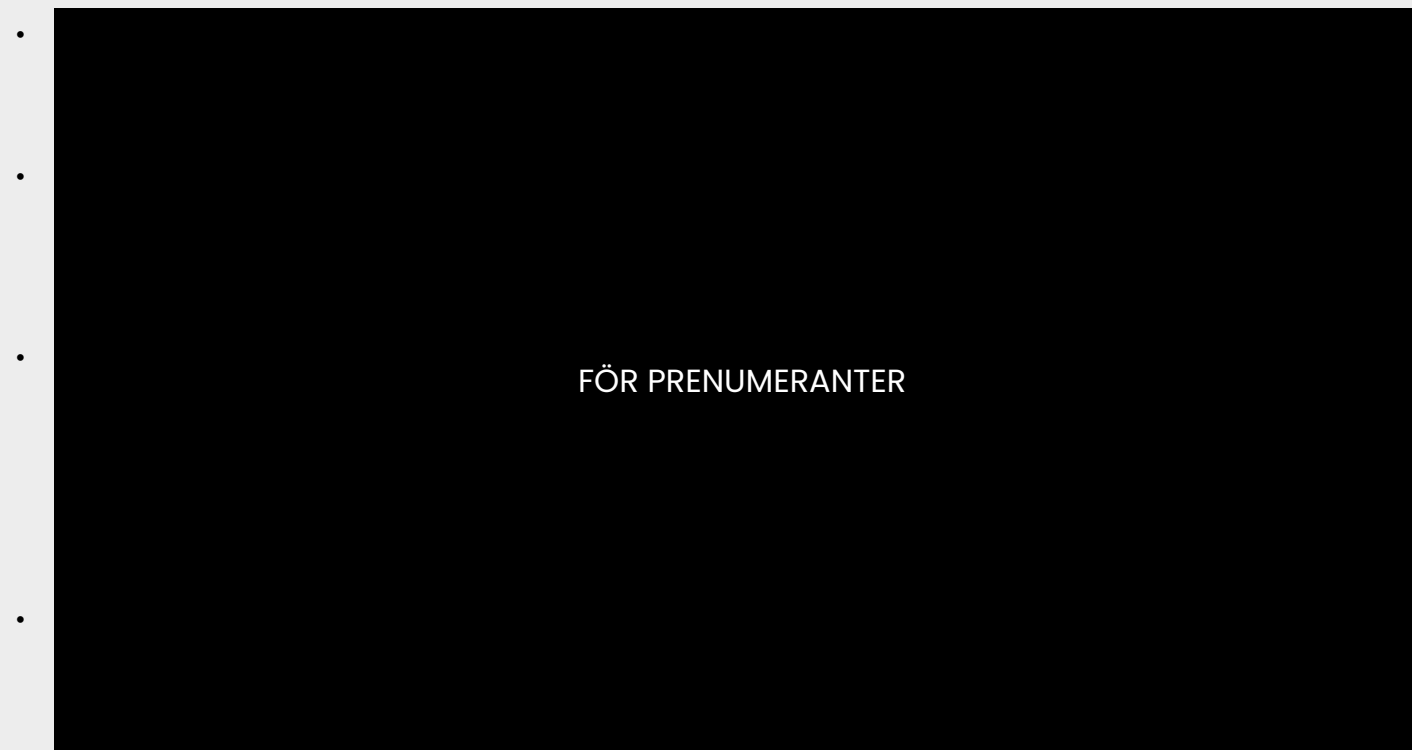


Utrustning drabbas hårdast när köpkraften krymper



Rekordhöga elpriser driver upp inflationen

- **Sportindex** minskade med 7,5 procent under fjärde kvartalet 2022 jämfört med samma period föregående år, sett till hela butiksbeståndet samt e-handeln.
- **Sverige kommer gå in i en lågkonjunktur 2023**, vilket pressar näringslivet och hushållen. Hög inflation och höjda räntor gör att hushållens plånbok stramas åt och att de tvingas dra ned på konsumtionen, vilket historiskt sett drabbar kapitalintensiva branscher som bygg-, hemelektronik- och möbelhandel hårdast. De svenska hushållen är bland de högst belånade i världen och har vanligtvis korta räntebindingstider vilket gör att de drabbas särskilt hårt av räntehöjningar.



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).

Högst prisutveckling i skidutrustning och cyklar under 2022

I tabellen redovisas prisutvecklingen i ett urval av de produktgrupper som mäts av SCB inom ramen för konsumentprisindex. Urvalet baseras på att produktgrupper i hög grad återfinns i sporthandelns sortimentsutbud och dessa redovisas för att indikera den generella prisutvecklingen i sporthandeln. Produktgrupperna motsvarar inte till fullo de som mäts i Sportindex och baseras inte på inrapportering från företagen som deltar i Sportindex.

- **Prisutvecklingen för sportkläder och sportskor var svagare år 2022 än 2021.** Priset för sportkläder ökade med blygsamma 0,6 procent medan priset för sportskor faktiskt backade med 0,1 procent jämfört med året tidigare. Generellt sett ses en svagare prisutveckling i många av sporthandelns produktkategorier år 2022 än 2021. Detta kan sannolikt kopplas samman med en svagare efterfrågan och försäljningsutveckling efter pandemins slut och att färre produkter kunnat säljas till fullpris.

PRISUTVECKLING KLÄDER	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q4 2022	2022	2021
Sportkläder	0,7%	-2,6%	2,0%	2,3%	0,6%	3,1%
Damjacka	-1,7%	-0,2%	-1,3%	0,5%	-0,6%	6,8%
Herrjacka	-0,7%	-3,4%	4,7%	1,6%	0,5%	6,9%
Handskar	7,1%	4,3%	5,8%	2,3%	4,8%	2,6%

PRISUTVECKLING SKOR

Sportskor	FÖR PRENUMERANTER					
Damkängor						
Herrkängor						
Barnkängor						
Gummistövlar						

PRISUTVECKLING UTRUSTNING

Sportartiklar	FÖR PRENUMERANTER					
Cykel						
Skidutrustning						
Friluftartiklar						



FÖR PRENUMERANTER

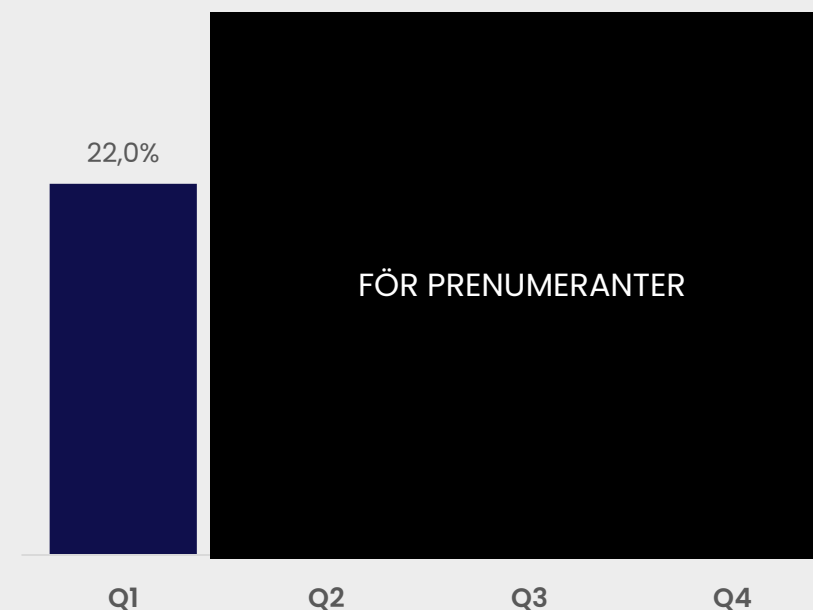
Försäljningsvikter

Månadernas och kvartalens andelar av årets totala försäljning

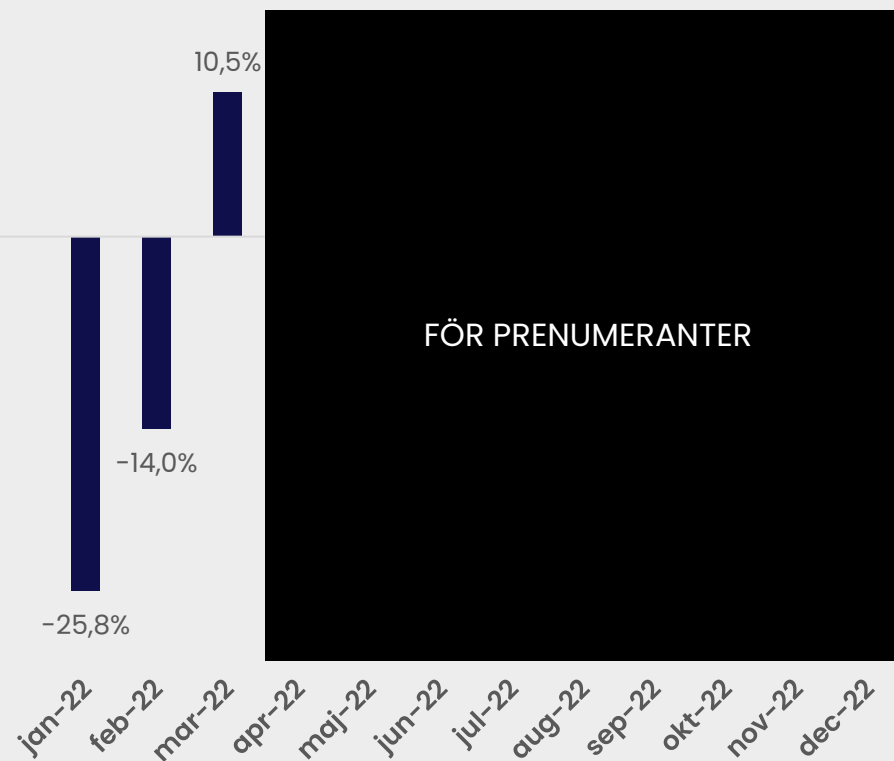
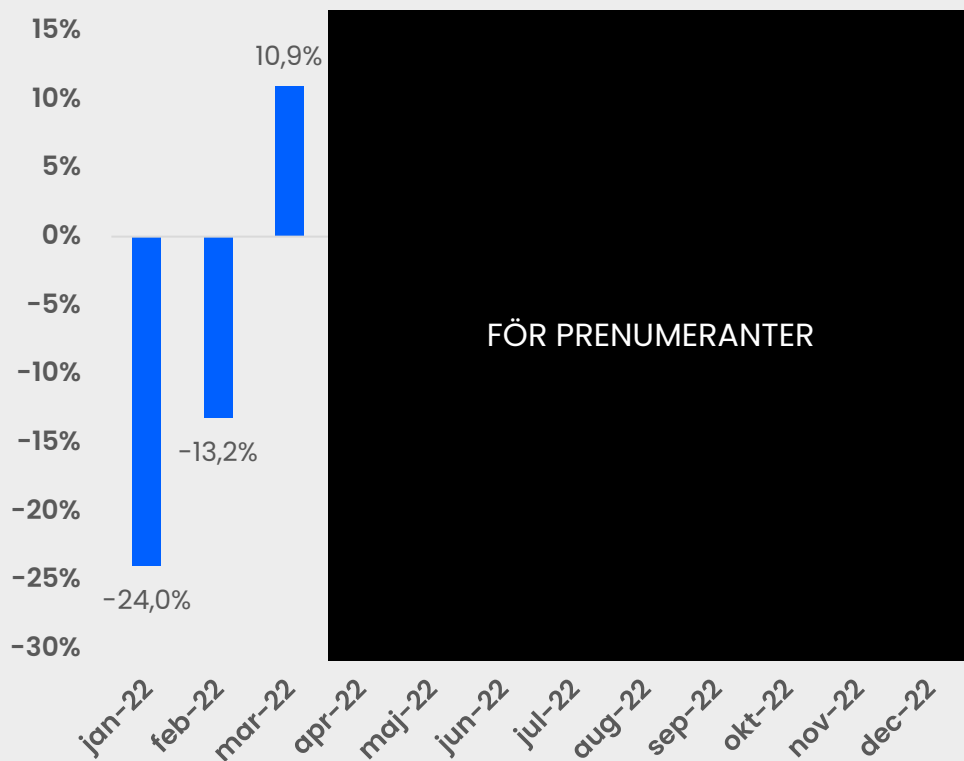
Fördelning per månad



Fördelning per kvartal



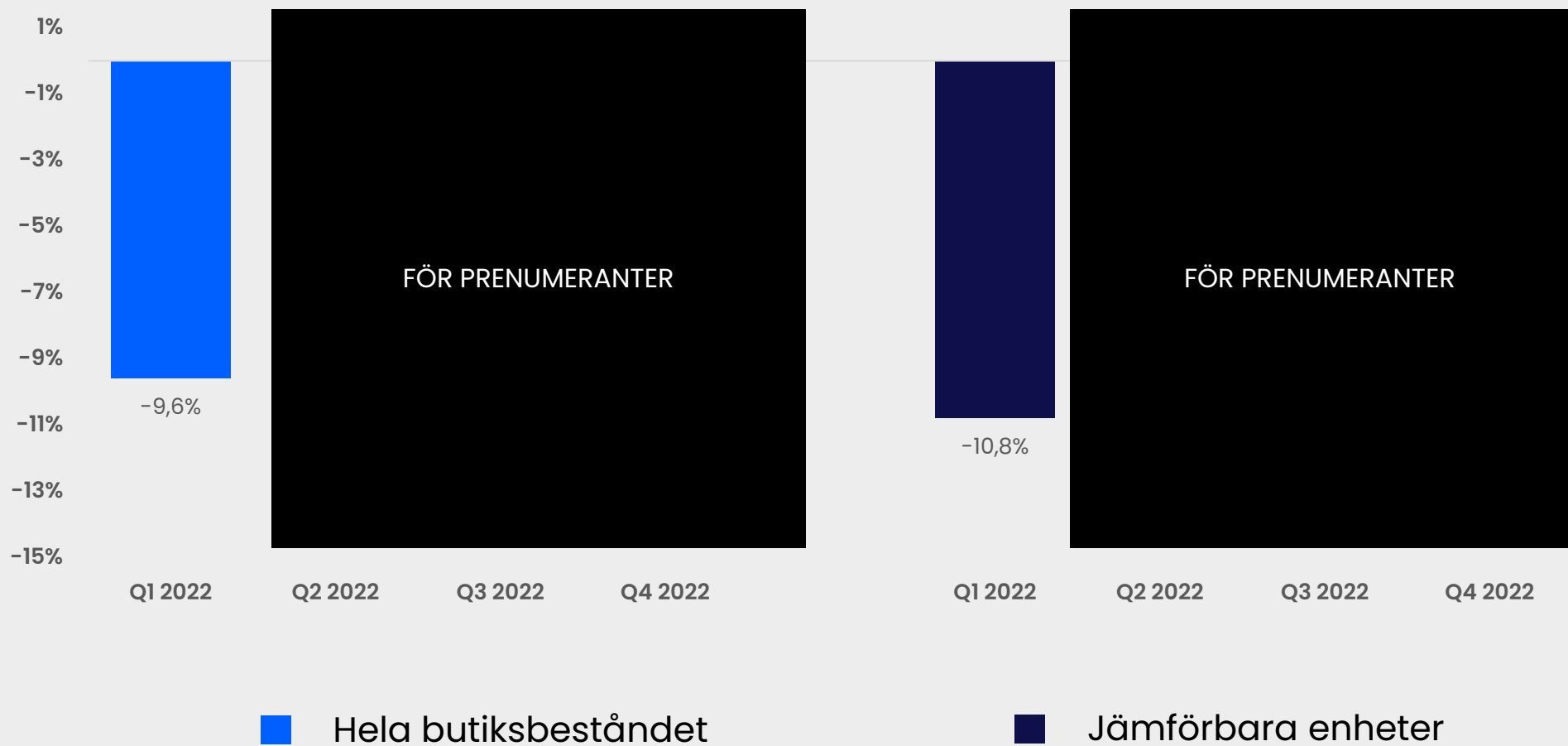
Total försäljningsutveckling per månad



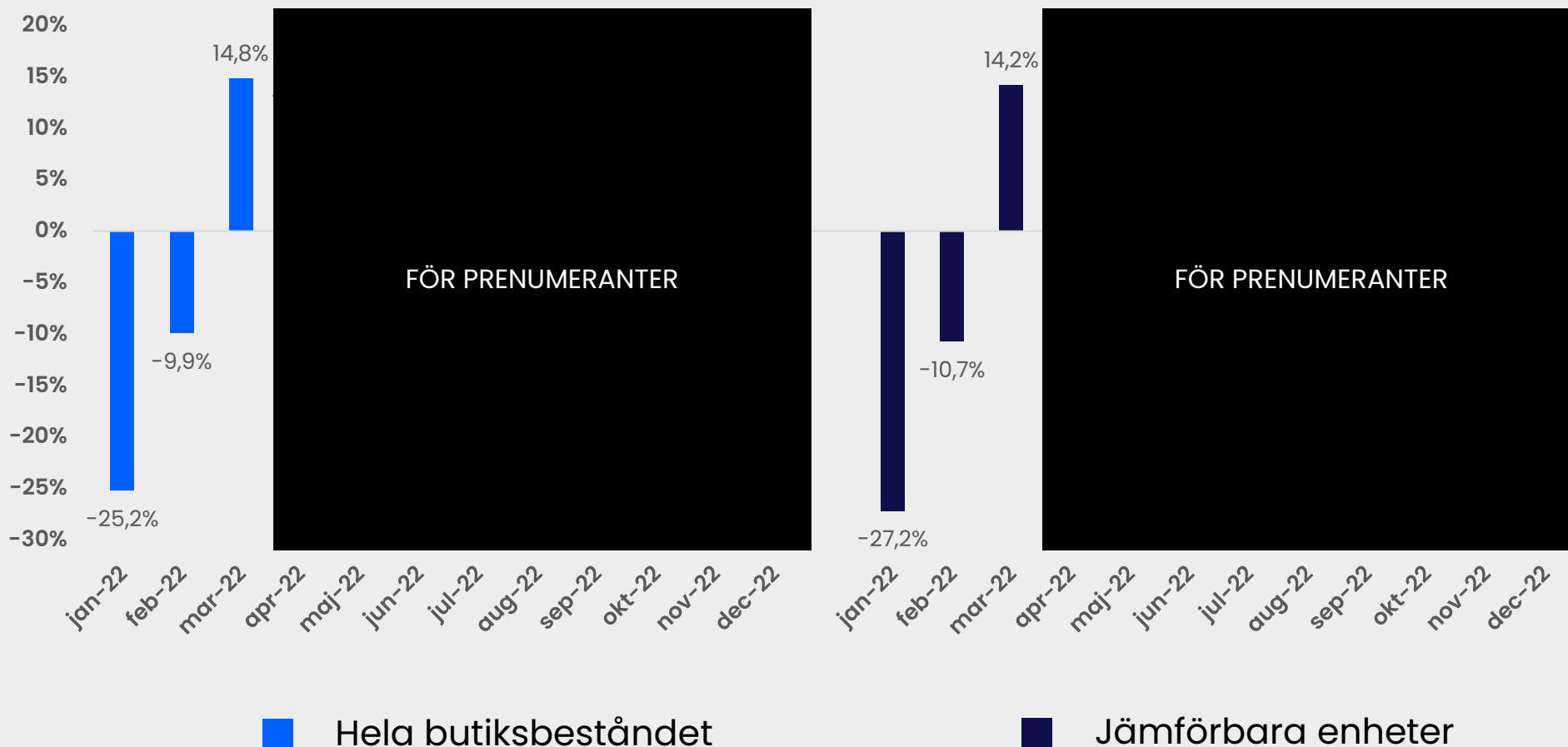
■ Hela butiksbeståndet

■ Jämförbara enheter

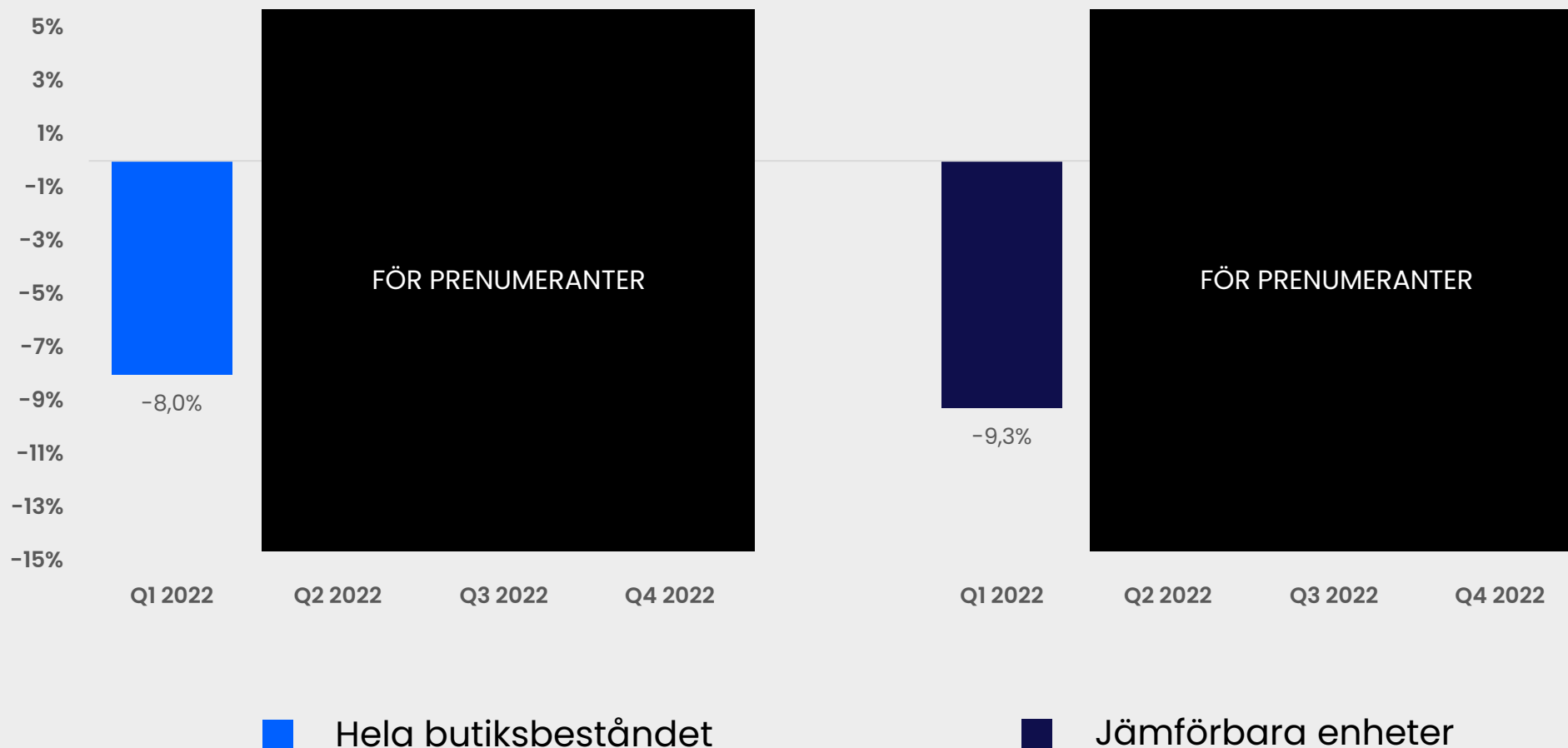
Total försäljningsutveckling per kvartal



Försäljningsutveckling i fysisk butik per månad

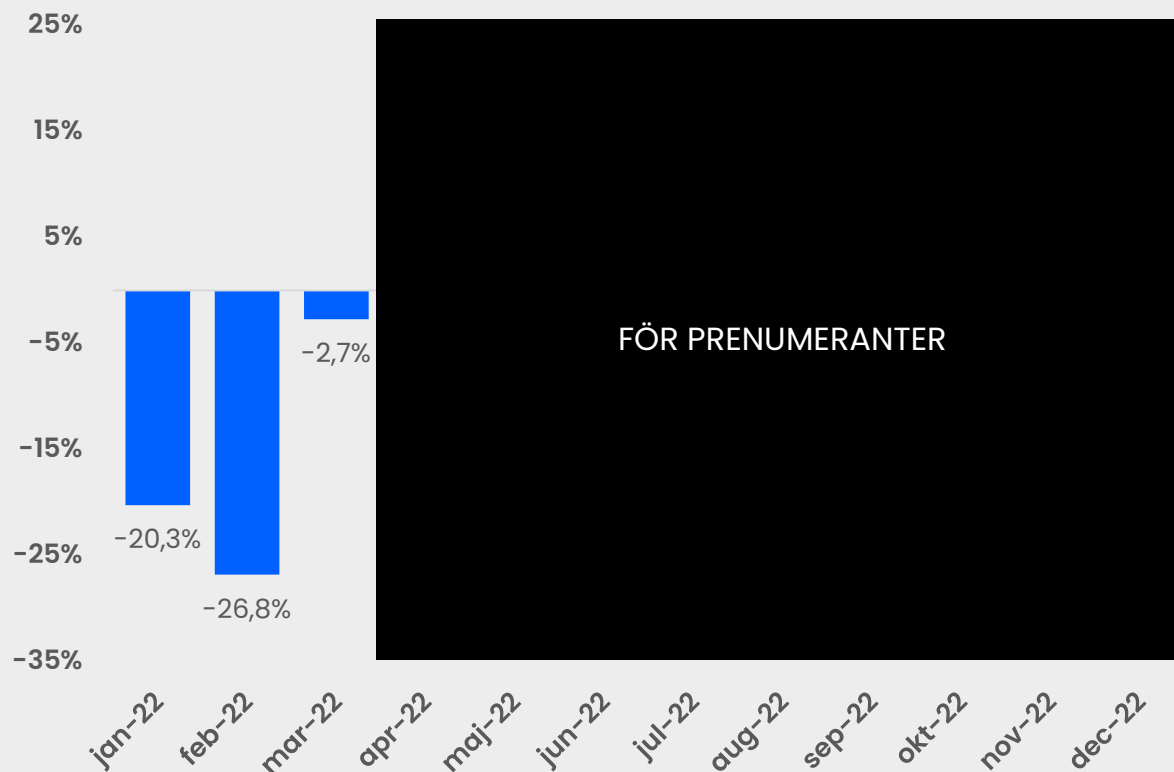


Försäljningsutveckling i fysisk butik per kvartal



Försäljningsutveckling i e-handeln

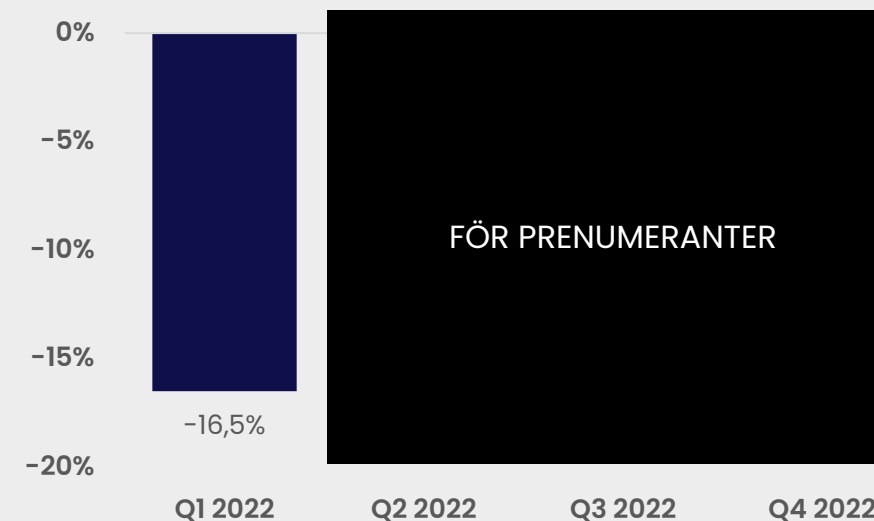
Månadsutveckling



Andel av total försäljning Q4 2022



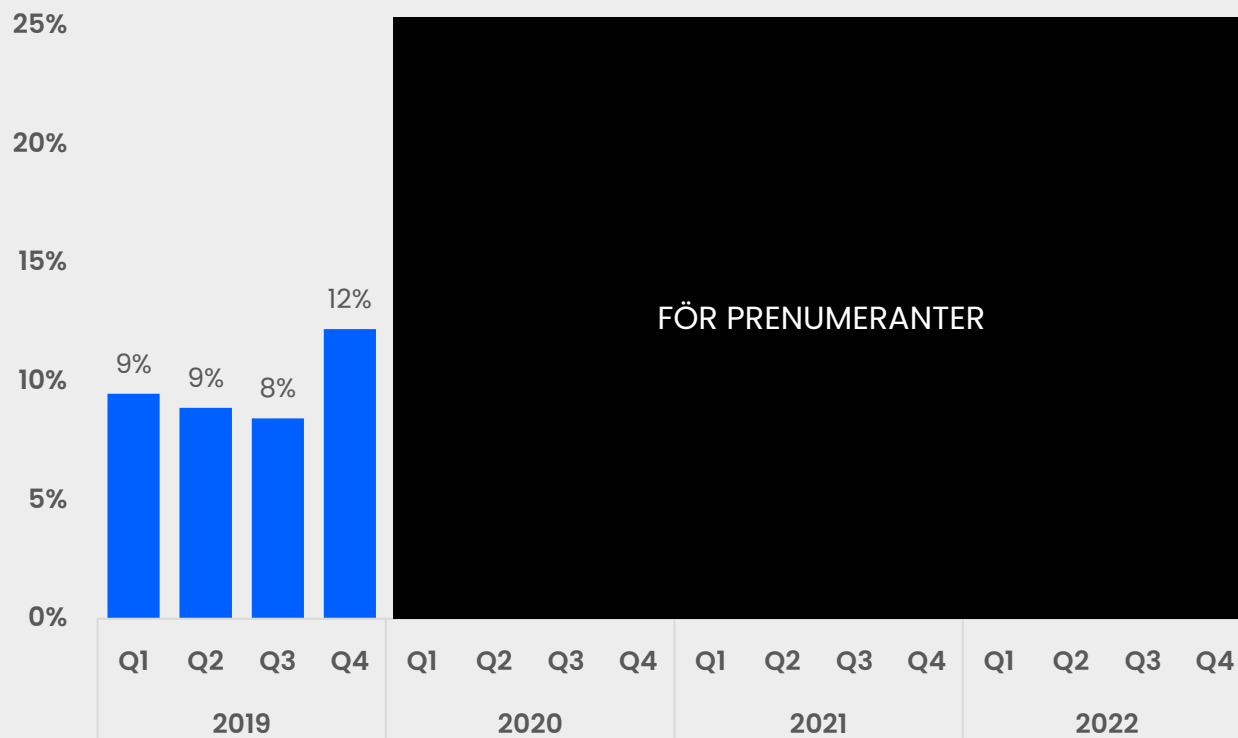
Kvartalsutveckling



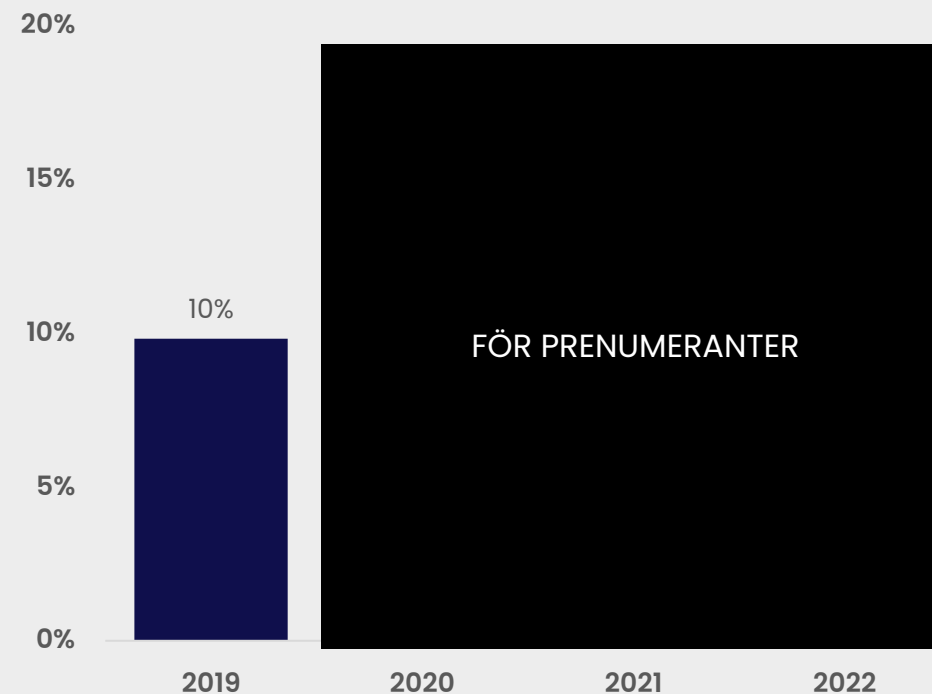
E-handelsandel

E-handels andel av den totala försäljningen

E-handelsandel per kvartal



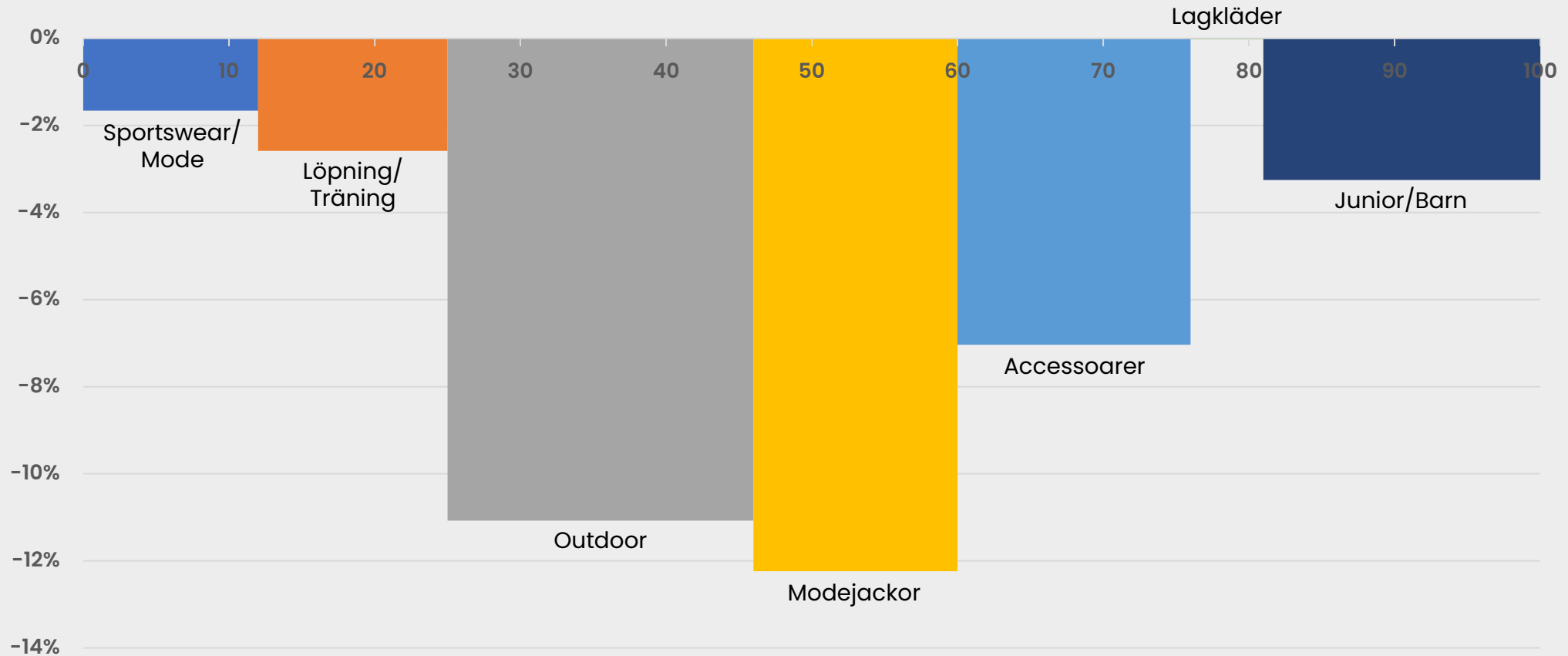
E-handelsandel per år



Huvudkategoriernas försäljning

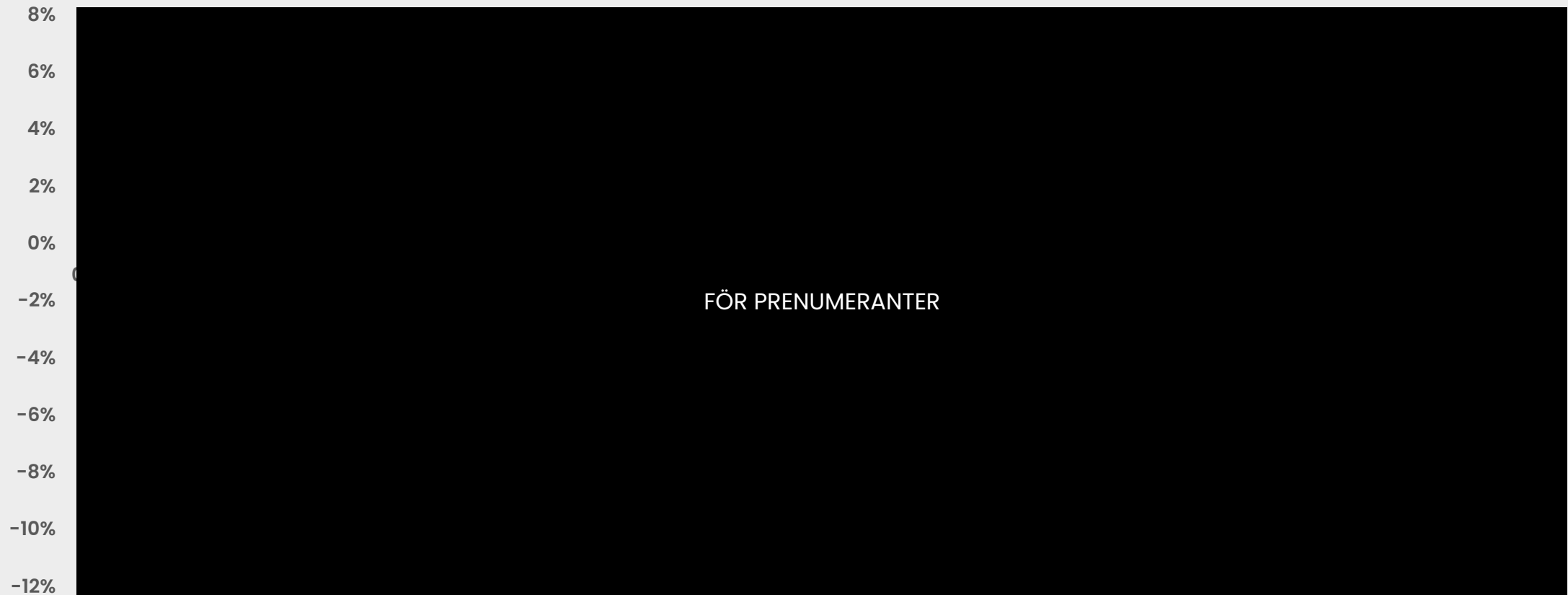
Försäljningsutveckling uppdelat på fysisk butik och e-handel

	Kläder			Skor			Utrustning		
	Total	Fysisk	E-handel	Total	Fysisk	E-handel	Total	Fysisk	E-handel
Q4 2022	FÖR PRENUMERANTER								
Okt 2022									
Nov 2022									
Dec 2022									
Helår 2022									
Helår 2021	19,2%	16,8%	33,3%	10,9%	10,0%	16,5%	5,6%	2,7%	18,4%
Kategoriandel* Q4 2022	56,0%	56,7%	53,5%	21,7%	22,0%	20,5%	22,3%	21,3%	26,0%



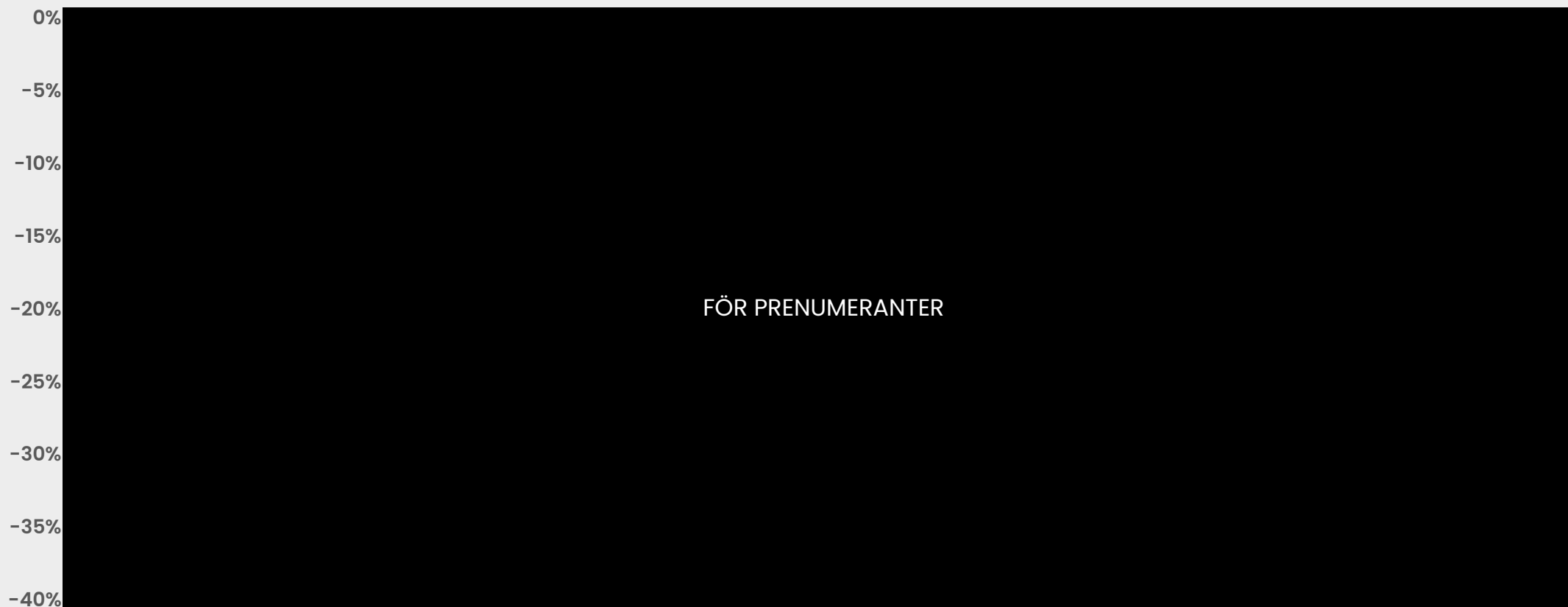
Staplarnas bredd på den horisontella axeln representerar underkategorins storlek i förhållande till huvudkategorin kläder under kvartalet. Ju bredare stapel, desto större andel av försäljningen står kategorin för. Staplarnas placering på den vertikala axeln visar försäljningsutvecklingen i kategorin under kvartalet.

	Kläder totalt	Sportswear /Mode	Löpning /Träning	Outdoor	Mode-jackor	Accessoarer	Lagkläder	Junior/ Barn
Q4 2022	FÖR PRENUMERANTER							
Okt 2022								
Nov 2022								
Dec 2022								
Helår 2022								
Helår 2021	19,2%	13,7%	3,3%	22,8%	25,4%	36,8%	14,0%	23,6%
Kategoriandel* Q4 2022	56,0%	12,6%	13,1%	20,7%	13,8%	16,5%	4,6%	18,5%



Staplarnas bredd på den horisontella axeln representerar underkategoriens storlek i förhållande till huvudkategorin skor under kvartalet. Ju bredare stapel, desto större andel av försäljningen står kategorin för. Staplarnas placering på den vertikala axeln visar försäljningsutvecklingen i kategorin under kvartalet.

	Skor totalt	Löpning	Fotboll	Sneakers/ Mode	Outdoor/ Kängor	Träning/ Fitness	Junior/ Barn	Skotillbehör
Q4 2022	FÖR PRENUMERANTER							
Okt 2022								
Nov 2022								
Dec 2022								
Helår 2022								
Helår 2021	10,9%	6,8%	16,2%	8,1%	22,6%	10,8%	9,7%	-
Kategoriandel* Q4 2022	21,7%	24,5%	4,7%	14,7%	26,5%	6,5%	19,7%	3,2%



Staplarnas bredd på den horisontella axeln representerar underkategorins storlek i förhållande till huvudkategorin utrustning under kvartalet. Ju bredare stapel, desto större andel av försäljningen står kategorin för. Staplarnas placering på den vertikala axeln visar försäljningsutvecklingen i kategorin under kvartalet.

	Utrustning totalt	Alpint	Längd- åkning	Cykel	Outdoor	Hockey	Sport- utrustning	Racket- sport	Övrigt
Q4 2022	FÖR PRENUMERANTER								
Okt 2022									
Nov 2022									
Dec 2022									
Helår 2022									
Helår 2021	5,6%	50,5%	98,1%	-18,2%	2,2%	32,1%	4,6%	-	-9,4%
Kategoriandel* Q4 2022	22,3%	20,6%	11,4%	9,8%	10,5%	12,1%	12,2%	18,7%	4,6%

För frågor gällande Sportindex och prenumeration:

Jonas Linder

Vd Svenskt Sportforum

073-694 34 24

jonas.linder@svensksportforum.se

För frågor gällande statistiken:

Emelie Ekholm

Analytiker HUI Research

070-547 94 98

emelie.ekholm@hui.se

