



# JULHANDELSRAPPORTEN 2023

Ekonomin pressar motståndskraftig julhandel



## Innehåll

- 01 Sammanfattning
- 02 HUIs julhandelsprognos
- 03 Julhandeln i perspektiv

## Kontakt

Joakim Wirén

070-147 66 56

[joakim.wiren@hui.se](mailto:joakim.wiren@hui.se)

William Lindquist

073-835 01 02

[william.lindquist@hui.se](mailto:william.lindquist@hui.se)



# 01 | Sammanfattning

# Ekonomin pressar motståndskraftig julhandel

Årets julhandel påverkas av hushållens minskade köpkraft. Decemberhandeln förväntas minska med tre procent jämfört med samma period i fjol. Totalt sett indikerar julhandelsprognosen motståndskraft i handeln då försäljningen förväntas minska mindre än nedgången av hushållens köpkraft.

Julhandelsrapporten 2023 presenterar försäljningsutsikterna inför handelns viktigaste försäljningsperiod. Efter tio år med positiv försäljningsutveckling förväntas julhandeln i år minska med tre procent, vilket motsvarar 2021 års försäljningsnivå. Försäljningen i dagligvaruhandeln förväntas landa strax över fjolårets nivå och försäljningen i sällanköpsvaruhandeln förväntas backa med fem procent.

*”Julhandeln 2023 förväntas minska. Det är ekonomiskt tuffa tider för många, samtidigt som hushållen vill fira jul som vanligt. Julmat och julklappar kommer att inhandlas, men mer planerat och till en billigare peng, substitutjulen är på ingång”, säger Joakim Wirén, analytiker på HUI Research.*

Årets julhandelsprognos görs både i löpande och fasta priser. Prognosen i löpande priser uppgår till minus tre procent. Dagligvaruhandeln väntas öka med en procent och sällanköpsvaruhandeln väntas minska med fem procent. Prisutvecklingen under december förväntas uppgå till fyra procent i båda delbranscherna. Försäljningen i fasta priser bedöms därmed minska med sju procent totalt.

Dagligvaruhandeln förväntas minska med tre procent och sällanköpsvaruhandeln minska med nio procent.

Decemberhandeln förväntas minska med 2,5 miljarder kronor jämfört med föregående år. Enligt HUI:s beräkningar förväntas hushållens konsumtionsutrymme ha minskat med 6,7 miljarder för perioden, vilket tyder på motståndskraft inom handeln och indikerar att julinköpen prioriteras.

*”Tillfällen där vi samlas är prioriterade bland hushållen. I år är dock plånboksfrågan än mer aktuell än föregående år, vilket gör att inköpen till jul i större utsträckning förväntas ske till rabatterade priser. För handlarna ligger utmaningen både i att stå kvar på konsumentens inköpslista och att få lönsamhet i det som säljs”, säger William Lindquist, analytiker på HUI Research.*

Även i år förväntas gränshandeln bidra positivt till dagligvaruhandelns utveckling genom gränshandlande norrmän. I viss mån påverkas även sällanköpsvaruhandeln positivt av inflödet av danska och finska kunder med starkare valutor.

HUIs julhandelsprognos 2023	Löpande priser	Fasta priser
Detaljhandeln	-3%	-7%
Dagligvaruhandeln	+1%	-3%
Sällanköpsvaruhandeln	-5%	-9%

*Avser försäljningsutveckling i december 2023, jämfört med december 2022.*

Detaljerad prognos  
- se sida 8

## Om prognosen

HUI presenterar årligen en prognos över hur julförsäljningen förväntas att gå.

Med julförsäljning avses **all försäljning som sker under december månad** inom dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln.

Det sker såklart försäljning i december med andra ändamål än julen. På samma sätt sker viss del av julhandeln före december.

Perioden runt jul är handelns främsta sett till försäljning. Prognosen ska ge en indikator på vad som kan förväntas av försäljningsperioden.



**Dagligvaruhandel:** Mestadels livsmedel. I julhandelsprognosen inkl. alkoholförsäljning.  
**Sällanköpsvaruhandel:** Exempelvis klädhandel, möbelhandel, sporthandel och bokhandel.  
**Detaljhandel:** Dagligvaruhandel + sällanköpsvaruhandel.

## Vad menas med julhandel?


Med julhandel avses i prognoserna all försäljning som sker i detaljhandeln under december månad.

## Hur läses prognosen?

Prognosen visar försäljningsutveckling jämfört med samma period föregående år.

**Löpande priser** avser utvecklingen i försäljningsvärde.

**Fasta priser** visar försäljningsutvecklingen exklusive prisförändringen.



## 02 | HUIs julhandelsprognos

# Ingångar till julkulan 2023

Prioriterar  
konsumtion till jul

Gränshandel

Lågpris

Substitutsjulen

Intensiva  
kampanjer

Mindre  
konsumtions-  
utrymme

Inköp sker i  
november

- Heminredning
- Möbler
- Sport & fritid
- Elektronik & vitvaror

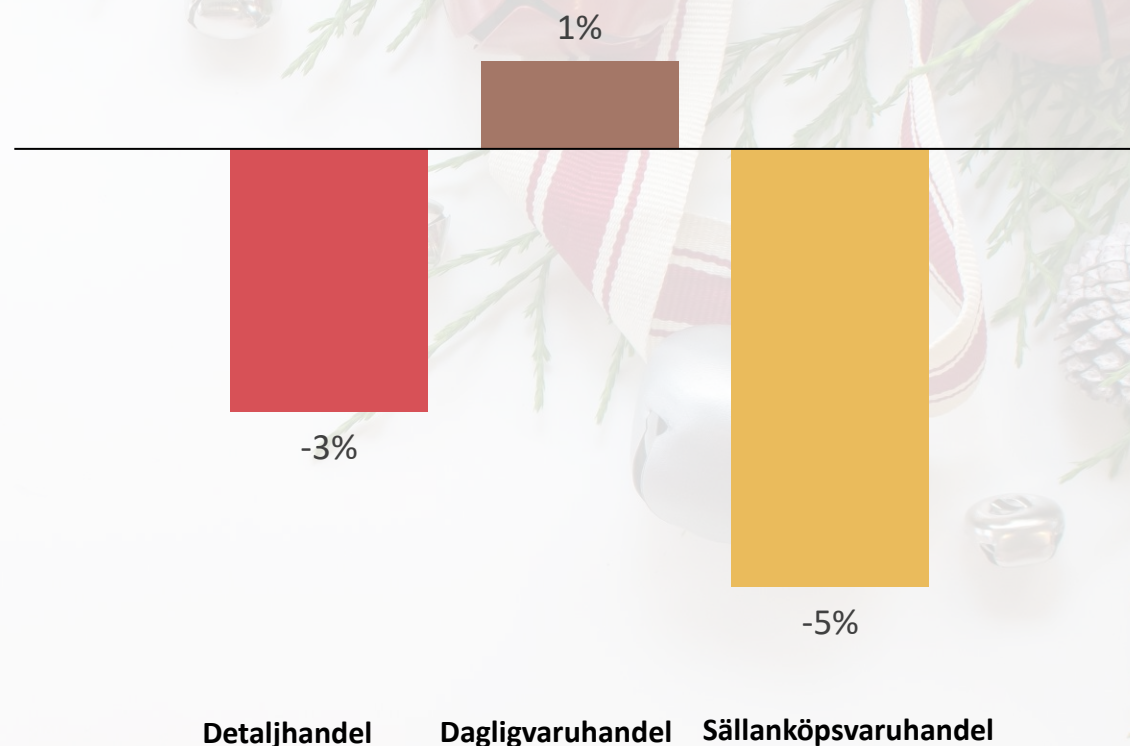
# Julprognos 2023: Ekonomin pressar motståndskraftig julhandel

Årets julhandel påverkas av hushållens minskade köpkraft när pengarna ska räcka till mer än under föregående år. Det minskade utrymmet i plånboken kommer att ge avtryck i handeln, samtidigt som nedgången i december förväntas bli något lägre än under höstmånaderna.

För handeln är julen den viktigaste försäljningsperioden under året. Prognosen för **detaljhandeln** är att decemberförsäljningen minskar med tre procent.

I **dagligvaruhandeln** förväntas hushållen spendera ungefär samma summa som föregående år, vilket med hänsyn till prisutvecklingen gör att de förväntas fortsätta trenden med att köpa färre eller billigare varor även till jul.

Försäljningen i **sällanköpsvaruhandeln** förväntas minska med fem procent. Branschen som helhet backade redan förra året. Med årets prognos skulle decemberförsäljningen i sällanköpsvaruhandeln vara tillbaka på 2019 års nivå.



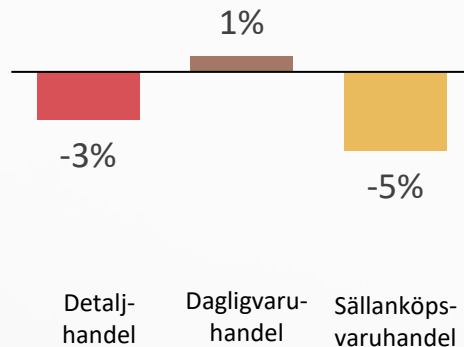
Källa: HUI prognos  
(Löpande priser)



# Julhandeln förväntas minska med 3 procent

## Prognos 2023

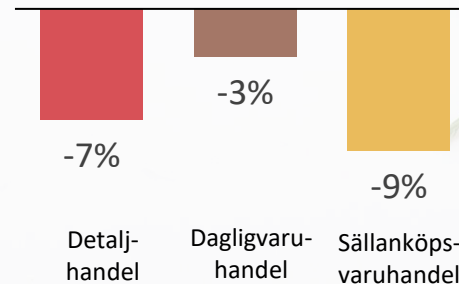
Löpande priser



Försäljningen i decemberhandeln dras ned av negativa förväntningar på kapitalintensiva branscher i sällanköpsvaruhandeln. Försäljningen i dagligvaruhandeln väntas landa strax över nivån från föregående december.

## Prognos 2023

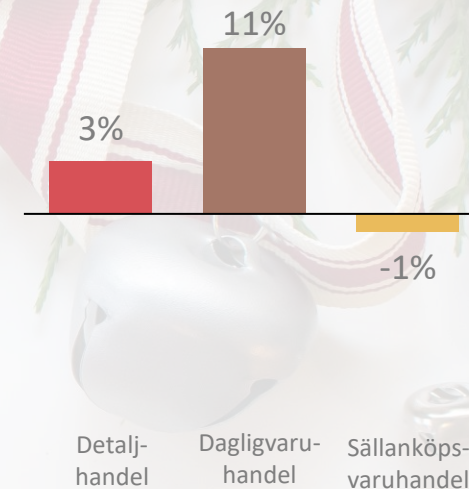
Fasta priser



Den prisjusterade julförsäljningen bedöms minska. I dagligvaruhandeln förväntas ett fortsatt mönster av att handla färre eller billigare produkter även i december. I sällanköpsvaruhandeln förväntas en volymminskning med nio procent.

## Utfall 2022

Löpande priser



Fjolårets decemberhandel landade i stort i linje med prognosen. Hushållen drog ned svagt inom sällanköpsvaruhandeln men spenderade betydligt mer i dagligvaruhandeln, vilket innebar ungefär samma volym som tidigare år.

# Dagligvaruhandeln: Billigare alternativ på årets julbord

Under det senaste året har hushållens levnadsomkostnader skjutit i höjden till följd av rekordhög inflation och räntechocker. För att tackla det ekonomiska klimatet har hushållen tvingats omprioritera sina utgifter och inköpen i dagligvaruhandeln har påverkats därefter. Denna jul förväntas däremot få konsumenter att kompromissa med julbordet. För att upprätthålla en traditionsenlig jul och få budgeten att räcka till mer kommer i stället premiumvaran i varukorgen sannolikt att bytas ut mot motsvarande billigare alternativ.

Trots att hushållen var ekonomiskt pressade redan vid fjolårets julhandel prioriterades det traditionsenliga julfirandet och inga större avkall gjordes på vad som serverades på julbordet. Julen är en högtid då maten står i centrum och vanligtvis ges den ett stort utrymme i hushållsbudgeten. Att kompromissa med den mat som hör julbordet till väntas därför fortsatt att vara något som konsumenterna försöker undvika i största möjliga mån, trots att pengarna räcker till mindre.

Denna jul spås hushållen spendera liknande summor som i fjol och i relation till prisutvecklingen förväntas således trenden med att köpa färre eller billigare varor att fortsätta och därmed prägla även julhandeln. Möjligen kommer det dock att sparas i varukorgen såväl innan som efter julhelgen för att på så sätt kunna upprätthålla ett julfirande utan större kompromisser. För att minimera de avkall som hushållen trots allt kan vara nödgade till att göra kan billigare substitut av motsvarande vara ersätta vad som vanligtvis serveras på julbordet. Den ekologiska julsinken byts eventuellt ut mot det billigare alternativet i kyldisken. Handeln kommer sannolikt att möta en pris- och kampanjorienterad kund som försöker maximera värdet av de pengar som finns kvar i plånboken.

I årets julhandel kommer även gränshandeln att spela en viktig roll för dagligvaruhandelns försäljningsutveckling. Lägre priser inom vissa varugrupper i förhållande till våra grannländer samt en svag svensk krona lockar nordiska grannar över den svenska gränsen.

Prognosen för dagligvaruhandelns decemberförsäljning uppgår till +1 procent i löpande priser och -3 procent i fasta priser, en tillbakagång från föregående års försäljning.

+1%

Prognos för  
dagligvaru-  
handeln

## PÅVERKANSAKTORER PÅ DAGLIGVARUHANDELN

- + Gränshandeln utvecklas positivt och gynnar i synnerhet dagligvaruhandeln.
- + Maten på julbordet fortsatt en prioritet trots mindre pengar kvar i plånboken.
- Hushållens konsumtionsutrymme har krympt kraftigt under året.
- Konsumenterna köper antingen billigare eller färre varor.
- Billigare substitut kan möjligtvis ersätta de traditionella inköpen.

# Sällanköpsvaruhandeln: Prisdrivet beteende präglar handeln

Redan under fjolårets julhandel drog konsumenterna ned på inköpen inom sällanköpsvaruhandel till följd av ett minskat konsumtionsutrymme. Inför denna jul har hushållens ekonomiska situation försämrats ytterligare och sällanköpsvaruhandeln möter en konsument som söker värde för sina pengar. Julklappar kommer att inhandlas även i år, men hushållens svaga köpkraft talar för att konsumtionen delvis förskjuts till novembers reaperioder.

**Leksakshandeln** har sin främsta försäljningsperiod under julen och trots att konsumenterna håller hårt i pengarna förväntas inga större avkall göras när det gäller barnens julklappar.

**Elektronik- och vitvaruhandeln** befinner sig, liksom övriga hemrelaterade branscher, i en tuff period. Konsumenterna avvaktar med kapitaltunga inköp och i den mån dessa sker förläggs de i stor utsträckning till novembers stora reaperioder snarare än att tillfalla julhandeln i december.

**Modehandeln** utvecklades positivt under fjolårets julhandel då vi återgick till större festligheter efter två pandemyngda år. Förväntan om försäljning under reaperioder drar ned försäljningsutsikterna under december månad. Kläder och skor är däremot mindre kapitalkrävande inköp som fortsätter att ta plats i hushållsbudgeten och i julhandeln väntas därför en stabil tillväxt.

**Sport- och fritidshandeln** är inne i en utmanande period och tillväxttrenden har varit nedåtgående under året. Branschen har haft intensiva kampanjer under hela hösten och i jakt efter det bästa priset väntas ett mer kampanj- och prisdrivet konsumtionsbeteende bland konsumenterna.

**Möbler och heminredning** har under 2023 sett sin försäljning påverkas negativt av en lägre aktivitet på bostadsmarknaden. Möbelbranschen innehåller kapitaltunga varor som konsumenterna tvingas bortprioritera när konsumtionsutrymmet stramas åt. Heminredningshandeln spås däremot ett något mildare tapp, då små uppdateringar av hemmet kan vara något som konsumenterna unnar sig när pengarna räcker till mindre.

**Handel med brett sortiment** innefattar många av de största lågprisaktörerna i den svenska detaljhandeln och har haft en stark utveckling i det svaga ekonomiska läget. Branschen spås en positiv tillväxt i julhandeln tack vare låga priser och branschglidning till ett upplevt billigare sortiment.

-5%

Prognos för  
sällanköps-  
varuhandeln

## DELBRANSCHERNAS FÖRSÄLJNINGSAUTSIKTER

Pilens riktning avser förväntad försäljningsriktning i december 2023 jämfört med december 2022.



**Leksakshandel**



**Elektronik- och  
vitvaruhandel**



**Modehandel**



**Sport- och fritidshandel**



**Möbel- och  
heminredningshandel**



**Handel med brett  
sortiment**



# Handel för 87 miljarder i december

Givet årets prognos kommer det spenderas för drygt 87 miljarder kronor i detaljhandeln i december. Det motsvarar cirka 17 800 kronor per hushåll. Försäljningen per person uppgår då till 8 300 kronor.

Jämfört med förra året har svenskarnas konsumtionsutrymme minskat, till följd av ökade levnadsomkostnader.

I ett räkneexempel uppgår det minskade konsumtionsutrymmet i december till cirka 6,7 miljarder kronor för de svenska hushållen.

Julhandeln i december förväntas enligt prognosen att minska med 2,5 miljarder kronor. Nedgången i julhandeln förväntas därmed bli lägre än det minskade konsumtionsutrymmet, vilket tyder på att inköpen i december prioriteras.

Cirka 6,7 miljarder kronor

mindre konsumtionsutrymme har svenskarna inför årets julhandel, jämfört med förra året.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
<b>Total försäljning i december</b> (miljarder kronor)	78,5	81,9	83,3	87,2	89,8	<b>87,3</b>
<b>Försäljning per person</b> (kronor)	7 700	7 900	8 000	8 300	8 500	<b>8 300</b>
<b>Försäljning per hushåll</b> (kronor)	16 800	17 400	17 500	18 000	18 400	<b>17 800</b>

*Utfallet avser total försäljning under december och inkluderar därmed all detaljhandelsförsäljning under månaden, inklusive alkoholförsäljning.*

*\*Avser värden med årets prognos.*

# Mervärdesförsäljning för 11 miljarder

Under december månad spenderas mer pengar i detaljhandeln än under en genomsnittlig månad. Skillnaden hänförs till julhandeln och kallas mervärdesförsäljning.

Givet prognosen förväntas mervärdesförsäljningen i december i år att uppgå till 10,7 miljarder kronor. Per hushåll motsvarar det 2 200 kronor.

I dagligvaruhandeln beräknas mervärdesförsäljningen att uppgå till 4,5 miljarder kronor, motsvarande 900 kronor per hushåll.

I sällanköpsvaruhandeln beräknas mervärdesförsäljningen att uppgå till 6,2 miljarder kronor, motsvarande 1 300 kronor per hushåll i december.

Detaljhandel

Dagligvaruhandel

Sällanköpsvaruhandel

**Mervärdesförsäljning: December totalt**

10,7 miljarder kronor

4,5 miljarder kronor

6,2 miljarder kronor

**Mervärdesförsäljning: december per hushåll**

2 200 kronor

900 kronor

1 300 kronor

*Beräkningarna för mervärdesförsäljning per person och hushåll avser totalsumman delat på alla invånare respektive hushåll.*



## 03 | Julhandeln i perspektiv

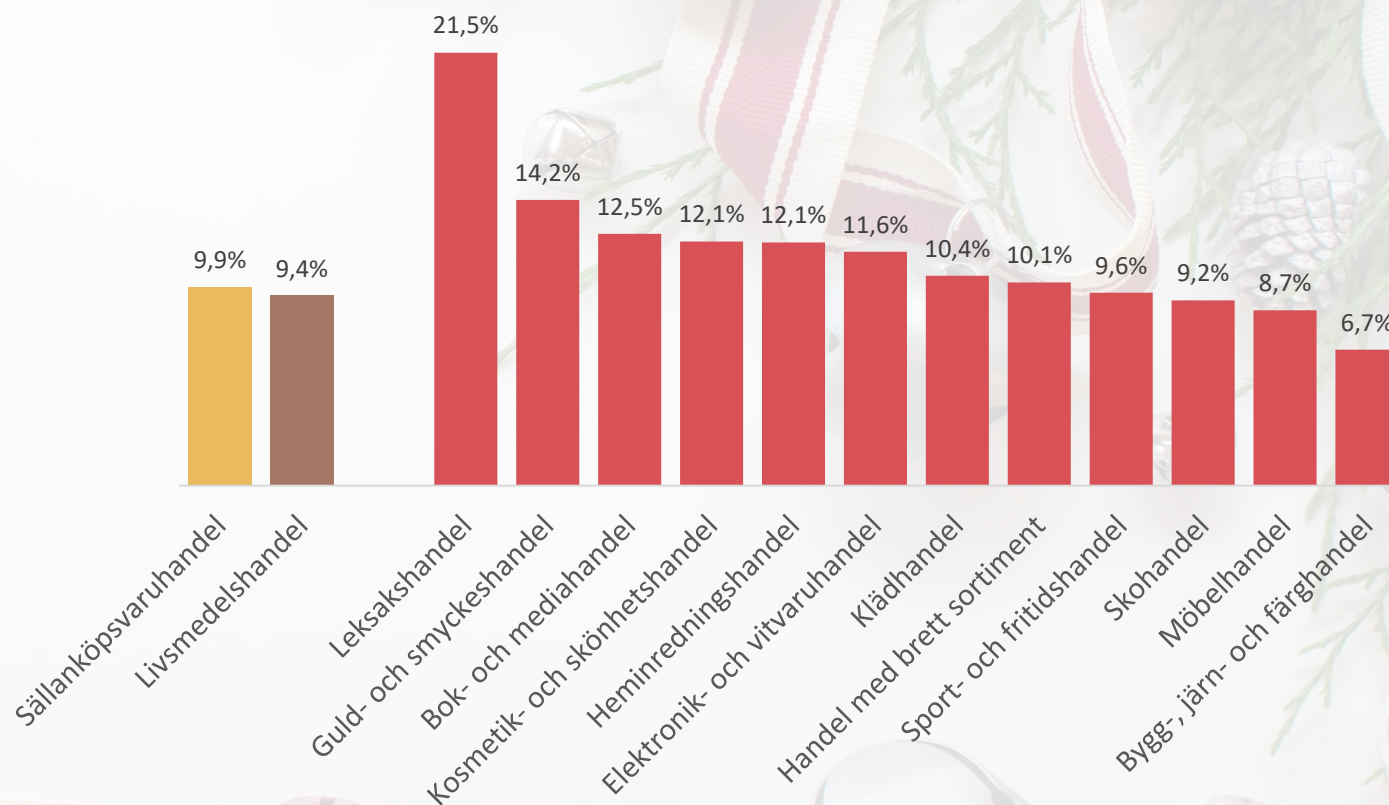
# Julen är årets viktigaste högtid för flera branscher

Julhandeln är den viktigaste försäljningsperioden inom handeln, och särskilt central för vissa branscher. Bland klapparna under julgranen representeras somliga branscher mer än andra. För leksakshandeln sker drygt en femtedel av den totala årsförsäljningen under december månad. Även guld- och smyckeshandeln, bok- och mediahandeln, kosmetik- och skönhetshandeln, samt heminredningshandeln är några av de branscher vars försäljning i större utsträckning sker under årets sista månad.

För bygg-, järn- och färghandeln är situationen den motsatta och december är årets försäljningsmässigt minsta månad. Sällanköpsvaruhandeln har en försäljningsandel på 9,9 procent i december. De branscher som överstiger den har en tydlig plats bland julklapparna. För hela detaljhandeln uppgår decemberförsäljningen till 9,7 procent av årsförsäljningen.

Om försäljningen vore jämnt fördelad över året skulle åtta procent säljas varje månad. Livsmedelshandelns försäljning i december uppgår till 9,4 procent av årsförsäljningen, en skillnad som kan tyckas liten jämfört med snittmånaden eftersom maten spelar en central roll under julhelgen. Räknat i kronor blir däremot skillnaden stor. Matkonsumtionen under julen ersätter i första hand vardagliga måltider och i december köps det generellt mer mat och fler specifika och säsongsbetonade livsmedel.

**DECEMBER MÅNADS ANDEL AV HELA ÅRETS FÖRSÄLJNING PER BRANSCH**  
Avser snittvikt av branschförsäljningen i december 2018-2022, löpande priser.



Källa: Handelsfakta.se

# November en allt större shoppingmånad

Viss försäljning i julhandeln har succesivt förskjutits från december till november. Under 2022 spenderades nästan lika mycket i november som i december inom sällanköpsvaruhandeln. För 30 år sedan var motsvarande siffra drygt 40 procent. November har därmed blivit en allt tyngre försäljningsmånad och utgör nu en nästan lika stor andel som decemberförsäljningen.

Att försäljningen inom sällanköpsvaruhandeln förskjuts från december till november förklaras främst genom intåget av omfattande reaperioder så som Black Friday. År 2019 hamnade Black Friday-rean delvis över månadsskiftet och novembers försäljningsandel var därför mindre, vilket var ett trendbrott i utvecklingskurvan.

Konsumtionen under november har under de senaste åren således ökat på bekostnad av både fullpridförsäljning under december och mellandagsrean. En allt större del av julhandeln sker tidigare under året och denna trend spås fortsätta även i år.

I en tid då hushållens konsumtionsutrymme krymper tvingas allt fler att se över sin ekonomi och planera konsumtionen därefter. Inköp som tidigare genomförts i december förväntas därför i viss utsträckning att förflyttas till novembers stora reaperioder och många konsumenter passar sannolikt på att fynda julklapparna redan under Black Friday.

## NOVEMBER MÅNADS ANDEL AV FÖRSÄLJNINGEN I SÄLLANKÖPSVARUHANDELN UNDER ÅRETS TVÅ SISTA MÅNADER

Mätt som försäljningsandel under perioden november och december, 1993-2022.



Källa: SCB DHI 1993-2017/Detaljhandelns försäljning, Handelsfakta.se 2018-2022.



# Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

Avser försäljningstillväxt jämfört med samma period föregående år, löpande priser.



Källa: SCB DHI 1992-2018, Detaljhandelns försäljning, Handelsfakta.se 2019-2022. 2023 = HUI prognos.

# Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

Avser försäljningstillväxt jämfört med samma period föregående år, fasta priser.



1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

Källa: SCB DHI 1992-2018, Detaljhandelns försäljning, Handelsfakta.se 2019-2022 fastprisberäknad. 2023 = HUI prognos.



# God Jul!

## Kontakt

**Joakim Wirén**

070-147 66 56

[joakim.wiren@hui.se](mailto:joakim.wiren@hui.se)

**William Lindquist**

073-835 01 02

[william.lindquist@hui.se](mailto:william.lindquist@hui.se)