

Detaljhandelsmarknaden

Text och diagram: Handelns Utredningsinstitut (HUI)

DEN SVENSKA DETALJHANDELN visar fortsatta styrkebesked och ytterligare ett rekordår går till historien. Flera frågetecken finns dock vid horisonten i form av ytterligare en lång och kall vinter med stigande elkostnader som följd samt en stigande ränta. Trots detta ser framtiden för svensk detaljhandel ljus ut.

Stabil detaljhandel

Detaljhandeln har en imponerande period bakom sig med 15 år av obruten tillväxt. När finanskrisen kom 2008 gjorde analytiker bedömningen att svårare år väntade. Flera branscher och företag hade också, främst under 2009, en svag utveckling. Handeln som helhet har emellertid ökat starkt genom hela krisen. Extra kraftig blir handelns tillväxt när den övriga ekonomiska utvecklingen granskas. BNP minskade exempelvis både under 2008 och 2009 och trots den starka BNP-tillväxten under 2010, som prognostiseras nå hela 5 procent, ligger ändå ekonomin under den nivå som rådde år 2007. Den övriga ekonomin har alltså precis fått näsan över lågkonjunktorens djupa avgrund och bedöms först under 2011 vara helt uppe. Handeln har under denna period uppvisat en närmast ofattbart stabil tillväxt med 3,4 procent år 2008, 3,6 procent år 2009 och 3,7 procent år 2010. Att handelns tillväxt 2010 understiger den för exempelvis BNP är alltså bara en effekt av en kraftig återhämtning i

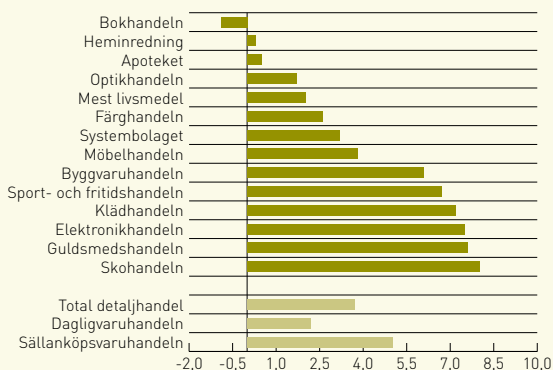
omkringliggande branscher i deras klättring upp ur avgrunden. Handeln trillade aldrig ner.

Bakom handelns stabila tillväxt ligger kraftiga stimulanser av hushållens ekonomi i form av skatte- och räntesänkningar som har frigjort stora summor för konsumtion under finanskrisens år. Detta har gjort att hushållen kunnat upprätthålla, och öka, sin konsumtion av detaljhandelsprodukter.

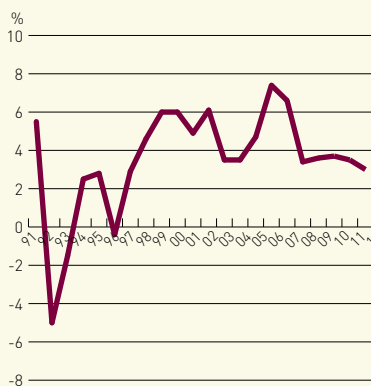
Skor och elektronik årets vinnarbranscher

Flera branscher utvecklades starkt under 2010. Främst är det delar av sällanköpsvaruhandeln som återhämtats starkt efter ett svagt 2009. Det tycks exempelvis ha funnits ett uppdämt shoppingbehov av elektronikvaror som efter flera år med svag tillväxt ökade sin omsättning med nästan 8 procent år 2010. Klädhandelns tillväxt steg också med cirka 8 procent, inte minst drivet av ett år med kallt och vintrigt väder. Snön låg långt in i april i stora delar av landet och kom igen redan i mitten av november vilket fått fart på den behovsstyrda delen av

DETALJHANDELNS UTVECKLING 2010
JÄMFÖRT MED 2009 (LÖPANDE PRISER)



DETALJHANDELNS UTVECKLING OCH
PROGNOS 1991-2012 (LÖPANDE PRISER)



försäljningen. Utvecklingen har också drivits av ett mode med större och kraftigare skodon, exempelvis stövlar och kängor. Även sport- och fritidshandeln utvecklades mycket starkt under 2010.

Stimulanserna slut?

Det som har räddat handeln under lågkonjunkturen, främst den låga räntan, utgör nu också ett hot. De kraftiga räntesänkningarna har frigjort stora summor kapital som har medfört att hushållen har kunnat upprätthålla sin konsumtion, men det har också medfört att man belånat sig ytterligare. Nu finns en oro kring räntehöjningarna som kommer att överföra pengar från bland annat detaljhandelskonsumtion till räntebetalningar. För varje räntehöjning behöver hushållen dessutom betala mer eftersom man lånat på sig större summor. Till detta kommer oron kring en eventuell fastighetsbubbla. Svenska fastighetspriser har inte dalat på samma sätt som i många andra länder. Om vi skulle ha en bostadsbubbla och om denna skulle spricka har handeln sannolikt ett antal svaga år framför sig. Precis som i vår omvärld är det framför allt de kapitaltunga branscherna som skulle skadas av en sådan nedgång.

Konjunkturläget har lämnat avtryck

Även om handeln som helhet har klarat sig väl har lågkonjunkturen lämnat tydliga spår efter sig. Trots att hushållens budget i de flesta fall har varit oförändrad eller förstärkts har konjunkturen skickat någon form av lågprissignal till svenska folket. Hushållen har sparat in på flera köp inom exempelvis de kapitaltunga branscherna och inom livsmedelshandeln syns ett flitigare användande av rabattkuponger. För livsmedelshandeln har de senaste åren varit skakiga. Under 2008 gick omsättningen upp, förklarad av prisökningar till följd av råvarukrisen. 2009 ersattes råvarukrisen av finanskrisen men försäljningen hölls uppe tack vare stimulanser och det

faktum att konsumenter valde bort restaurangbesök till förmån för systembolag och livsmedelshandel. Under 2010 har dagligvaruhandeln gått kräftgång, sannolikt till följd av att restaurangsektorn hämtat tillbaka sin omsättning när människor återigen börjat besöka restauranger, men sannolikt har också 2010 års höga elkostnader till följd av sträng kyla under årets första kvartal påverkat försäljningen.

Fortsatt stabil utveckling

Utsikterna för 2011 och 2012 ser goda ut. Hushållens optimism är på en mycket hög nivå, svensk ekonomi har återhämtat sig starkt och arbetslösheten har börjat minska. Sannolikt kan vi under prognoshorisonten också se fram emot ett femte jobbskatteavdrag med positiva effekter för hushållens möjligheter till konsumtion. Tillväxten skrivs till 3,5 procent för 2011 och 3,0 procent för 2012.

Upplevelsen i centrum

I takt med att utvecklingen av nya handelsplatser fortsätter och marknaden expanderar blir också konkurrensen betydligt hårdare. Detta sker inte minst i storstadsregionerna där merparten av investeringarna och handeln sker. Detta medför att behovet för fastighetsägare att säljaskilja sina köpcentrum från andra blir större och därmed blir också andra dimensioner än utbud och pris avgörande. Utbud och pris kommer sannolikt alltid att vara den viktigaste dragaren, men det är helt uppenbart att mjukare variabler som varumärke, koncept, marknadsföring och upplevelsedimensionerna av handeln blir allt viktigare. Det är redan tydligt att handeln och kanske främst köpcentrumen har gått från att vara handelsplatser till att vara mötesplatser. Utbudet av caféer och restauranger och andra verksamheter som inte är ren detaljhandel växer kraftigt och kan sägas vara ett mått på detta.