

Julrapport 2022

- Julen är handelns viktigaste försäljningshögtid och betydelsen har ökat ytterligare i år; fler än **7 av 10** handlare uppger att julen är viktig för försäljningen. Störst betydelse har den för **dagligvaruhandeln**, där **9 av 10** uppger att den är av betydelse för försäljningen. Chokladkonfektyr, dessertost och julskinka är några av de varor som vanligtvis får en försäljningsskjuts under julen.
- Julklappshandeln sker i större utsträckning på nätet jämfört med föregående år; **7 av 10** konsumenter handlar julklappar på nätet och drygt **4 av 10** handlar majoriteten av julklapparna där.
- Fler handlade julklappar under Black Friday/Black Week; **6 av 10** konsumenter planerade att handla julklappar under reahögtiden i år, vilket kan jämföras med **varannan** ifjol.
- Var tredje konsument planerar minskade inköp av julklappar i år, varav mer än **6 av 10** uppger ekonomiska skäl som anledningen till detta.
- De **extra jobbtillfällen** som julhandeln vanligtvis bidrar med väntas bli färre i år jämfört med ifjol, framför allt inom sällanköpsvaruhandeln.
- Den totala julklappshandeln förväntas i år uppgå till cirka **22 miljarder** kronor. Det är 1 miljard lägre jämfört med Svensk Handels uppföljande mätning efter fjolårets julklappshandel.

Julen är handelns viktigaste försäljningshögtid, och betydelsen har ökat ytterligare i år



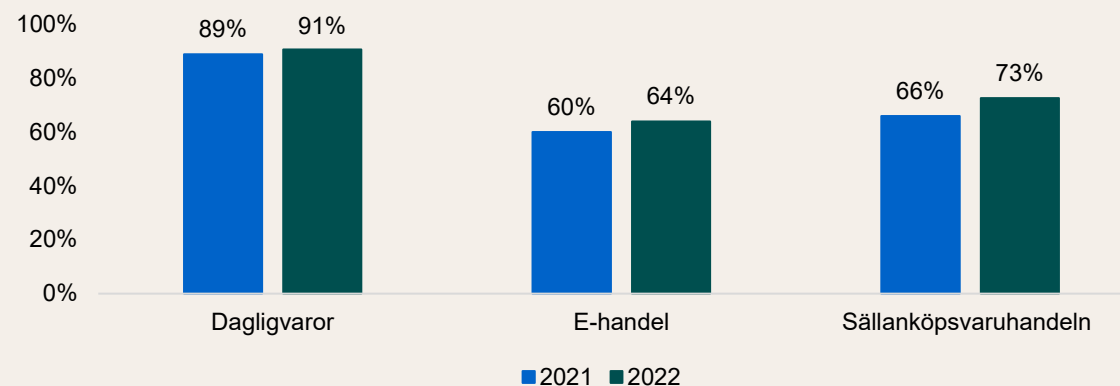
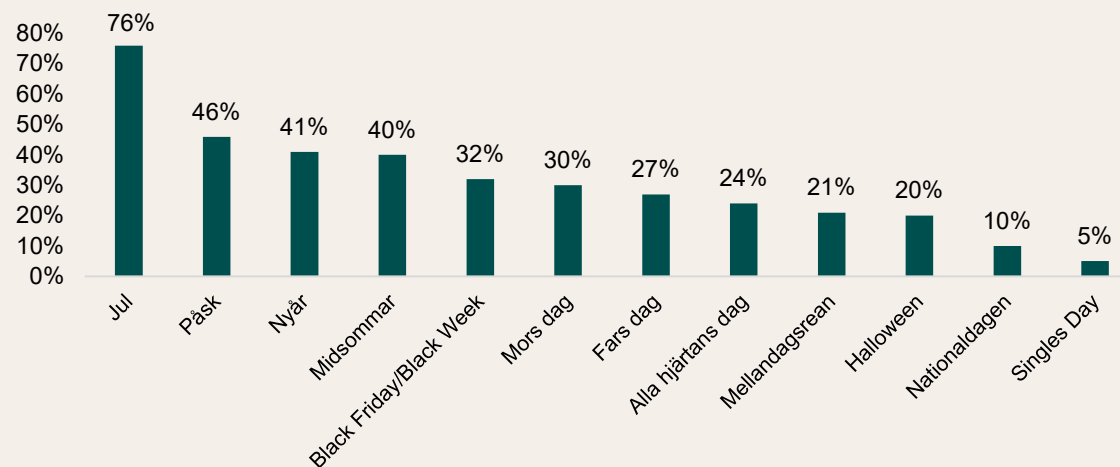
Julen är handelns klart största försäljningshögtid

76 procent av handlarna uppger att julen är viktig för försäljningen, vilket är en ökning med 4 procentenheter sedan 2021.

Julens betydelse för försäljningen har ökat inom detaljhandelns alla delbranscher, men störst ökning kan utläsas inom sällanköpsvaruhandeln, där fler än **7 av 10** handlare anser att den är viktig.

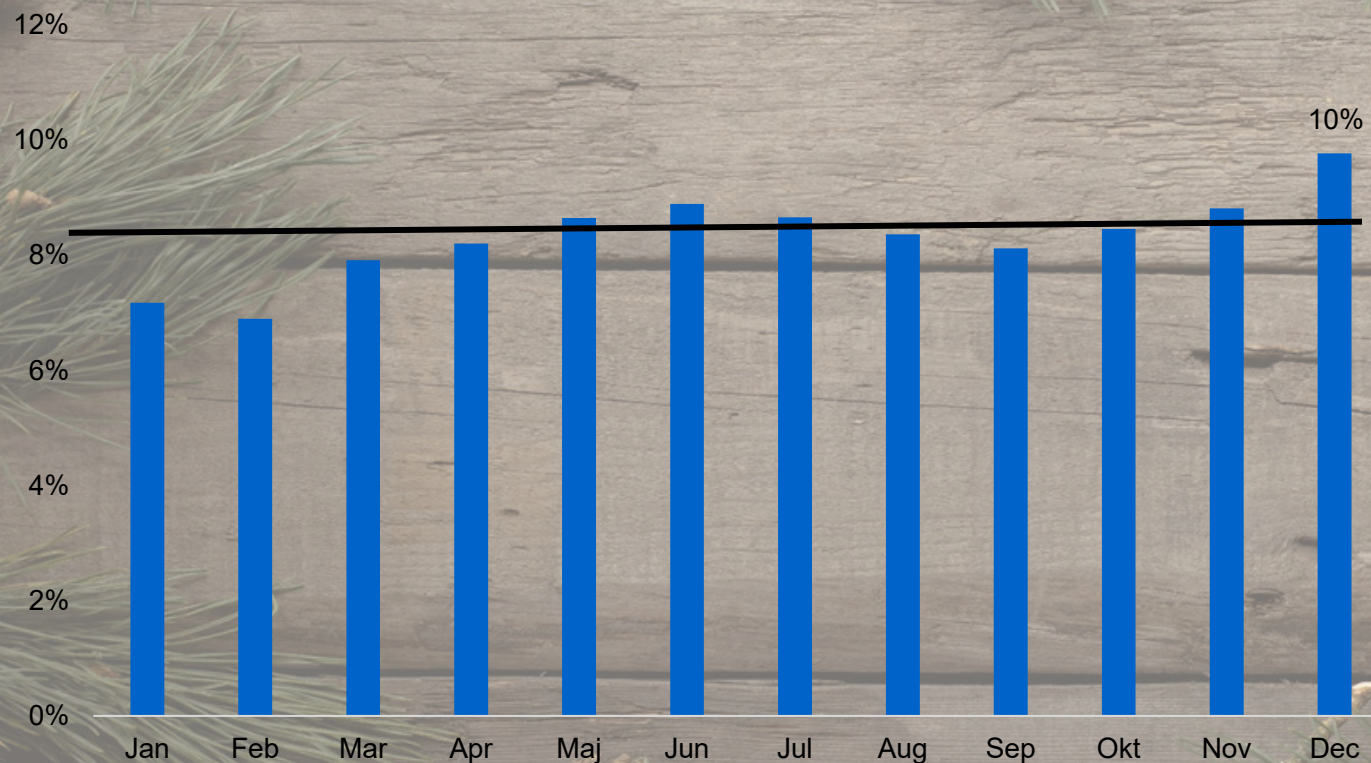
Likt tidigare år är julhandeln av störst betydelse för dagligvaruhandlarna där fler än **9 av 10** anser att den är viktig. Motsvarande andel inom e-handeln är **drygt 6 av 10**.

Vilken betydelse anser du att följande helger och högtider har för försäljningen i din butik?
I diagrammet redovisas de som svarat "viktig"



December viktigaste månaden för försäljningen i detaljhandeln

Månadernas respektive andel av detaljhandelns helårsförsäljning

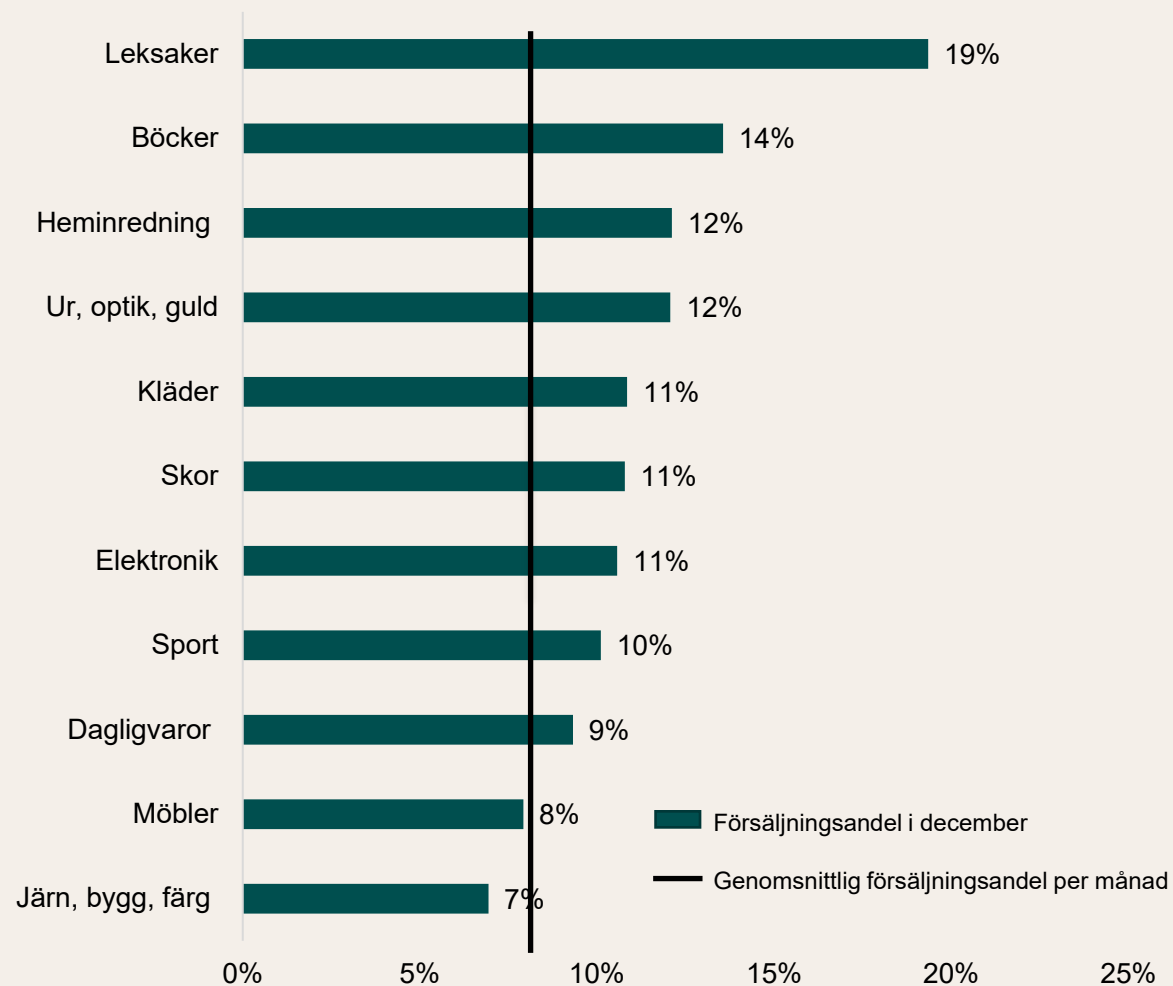


December är den viktigaste månaden för försäljningen i detaljhandeln och står vanligtvis för drygt **tio procent** av detaljhandelns helårsförsäljning.

Julhandeln allra viktigast för leksakshandeln

Leksaker, böcker och heminredning var de branscher som fick högst försäljningsskjuts under december förra året jämfört med den genomsnittliga månadsförsäljningen. Leksakshandeln har nära en femtedel av sin försäljning i december.

Förra året hade endast järn, bygg och färg samt möbler en lägre försäljning under december jämfört med under en genomsnittlig månad.



Julhandeln bidrar till statskassan



Antal miljarder kronor som handeln väntas generera i skatteintäkter till följd av merförsäljning under december 2022.



Antal miljarder kronor som handeln prognostiseras bidra med i skatteintäkter under december 2022.



Antal miljarder kronor som handeln väntas bidra med i skatteintäkter under hela 2022.

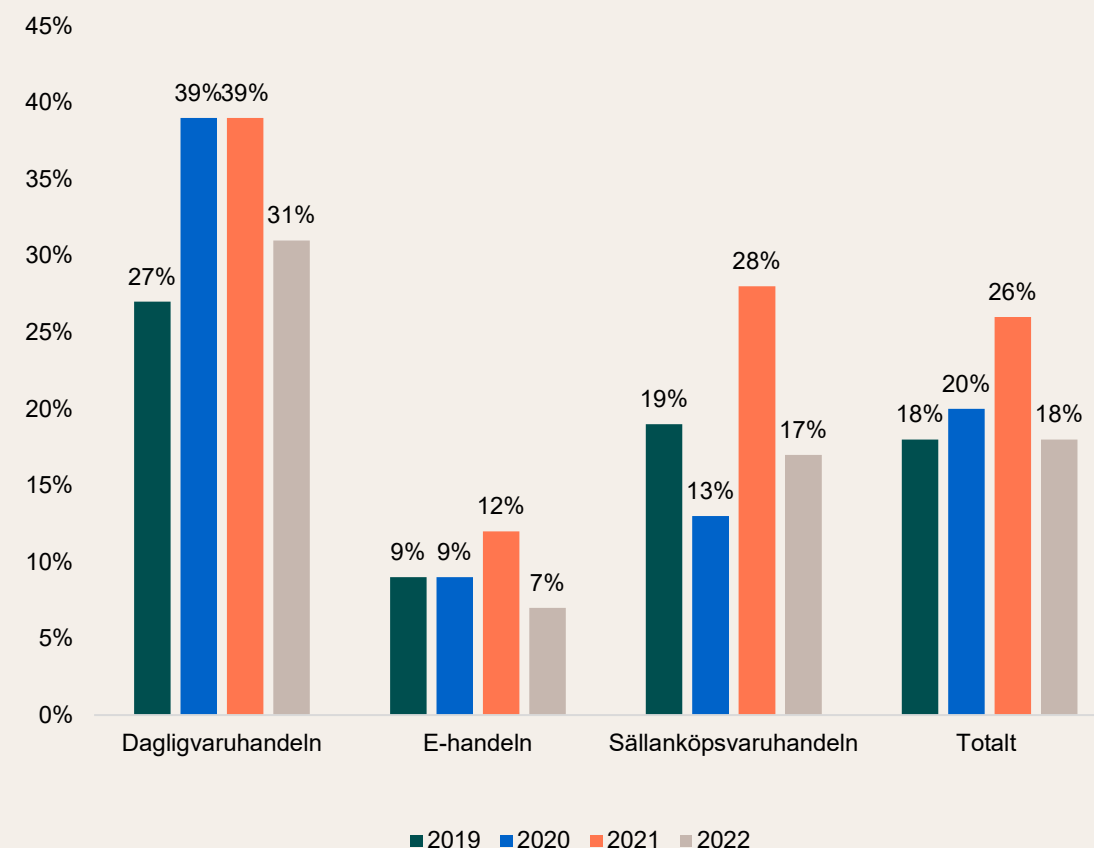
Färre handlare tar in extrapersonal jämfört med föregående år

Totalt **18 procent** av de tillfrågade handlarna planerar att ta in extrapersonal i år, vilket är en tydlig minskning jämfört med 2021 då motsvarande andel var **26 procent**.

Andelen som planerar att ta in extrapersonal har minskat inom samtliga delbranscher, men störst minskning återfinns inom sällanköpsvaruhandeln där färre än var **femte handlare** planerar att ta in extrapersonal i år, vilket kan jämföras med drygt **var tredje** ifjol.

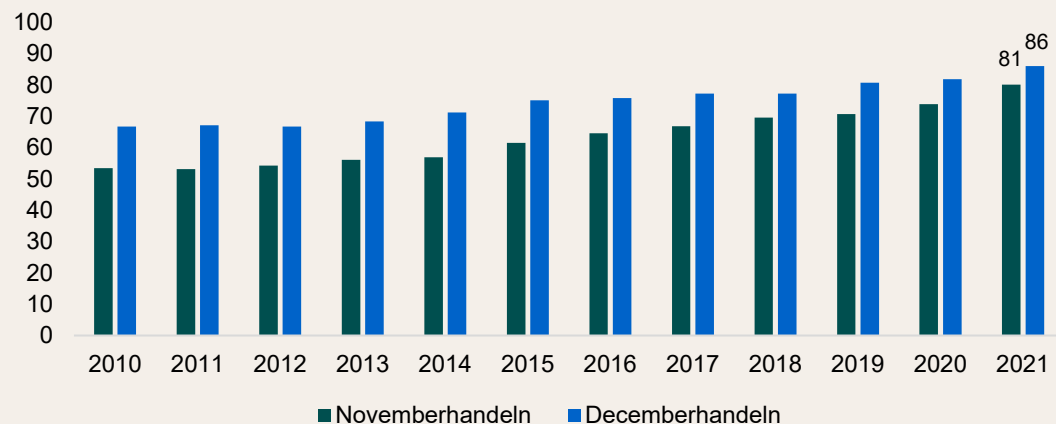
Andelen har även minskat inom dagligvaru- och e-handeln där cirka **var tredje** respektive cirka **var tionde** handlare planerar att ta in extrapersonal i år.

Kommer din butik/verksamhet ta in extrapersonal under julhandeln?

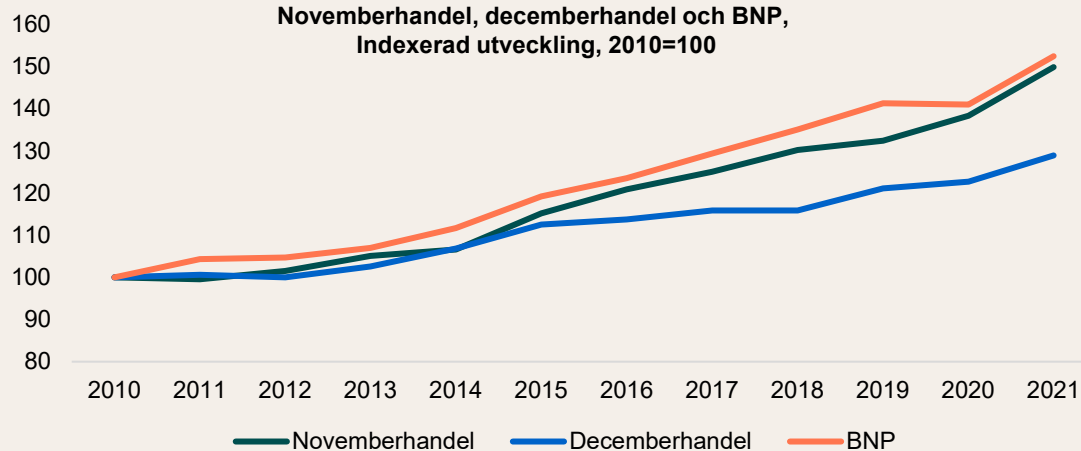


Novemberhandeln tar alltmer av julklappsinköpen

Detaljhandelns omsättning i miljarder kronor i november och december



Novemberhandel, decemberhandel och BNP, Indexerad utveckling, 2010=100



Detaljhandelns omsättning under december växte till och med 2015 i takt med BNP-tillväxten, men omsättningsutvecklingen har sedan avmattats till förmån för novemberhandeln som sedan 2015 utgör en allt större andel av november och decembers totala försäljning.

Under 2021 ökade decemberhandeln med **5 procent** i löpande priser medan novemberhandeln ökade med hela **8 procent**, vilket kan jämföras med 4 procent under 2020.

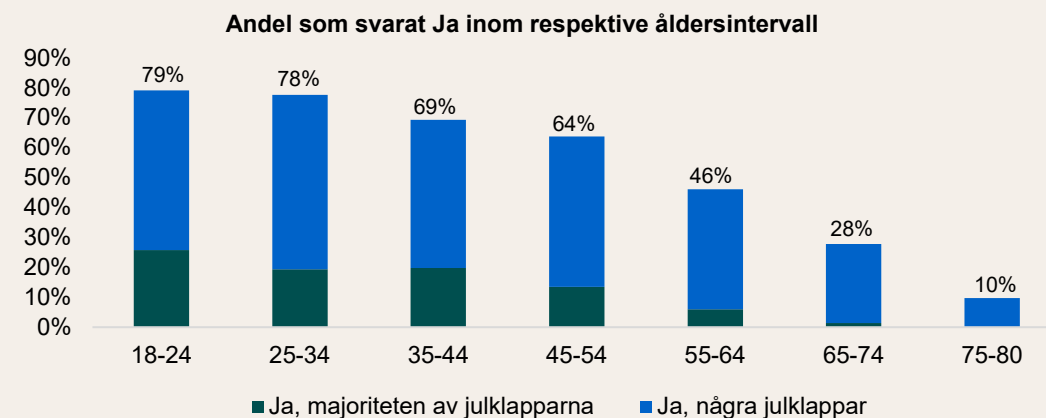
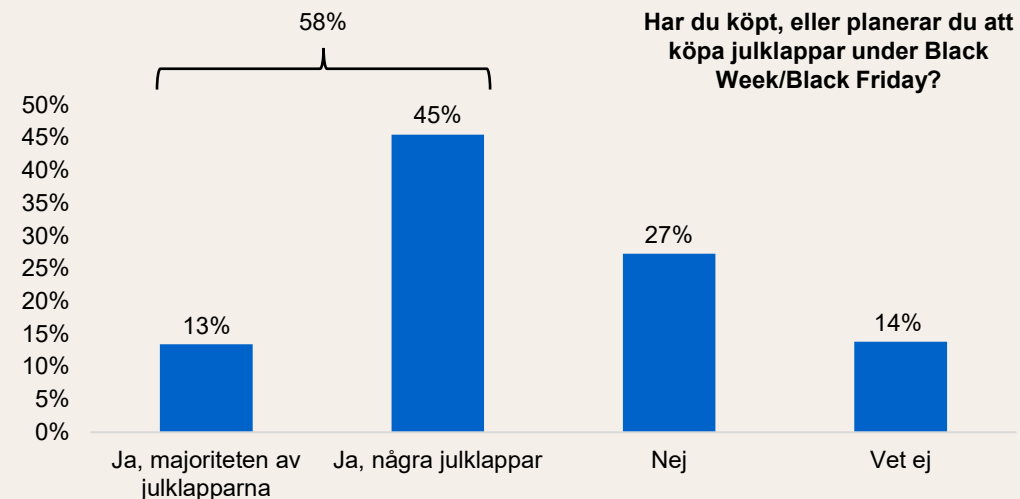
En möjlig förklaring till den ökade försäljningen i november 2021 är att fler tidigare lade sina julklapps köp till Black Friday jämfört med under 2020.

Fler som köper julklappar under Black Friday/Black Week jämfört med i fjol

Nästan **6 av 10** planerade att köpa julklappar under Black Friday/Black Week i år. Det är en **tydlig ökning** sedan 2021 då motsvarande andel var **knappt hälften**.

En tydlig skillnad mellan åldersgrupperna kan utläsas, där närmast **8 av 10** i åldern **18-24 år** planerade att köpa julklappar under Black Friday i år, varav över hälften planerade att köpa majoriteten av julklapparna. Detta kan jämföras med **4 av 10** i åldersgruppen **65-80 år**.

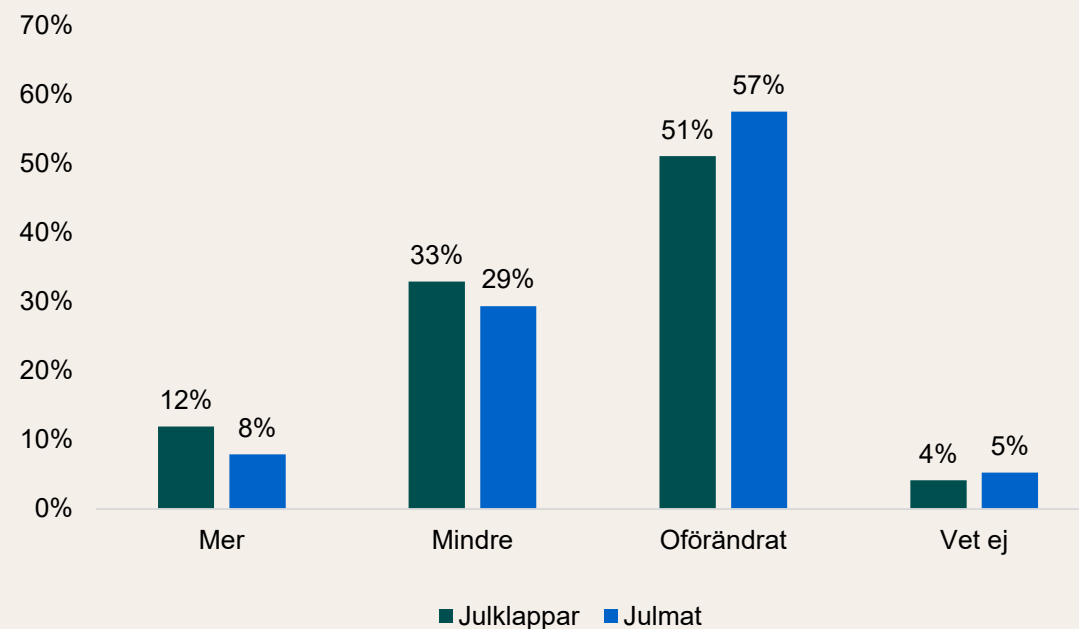
Den största ökningen återfinns dock i åldersgruppen **55-64 år** där **64 procent** planerade julklappsköp under Black Friday, en ökning med **20 procentenheter** sedan ifjol.



Var tredje planerar minskade inköp av julklappar och julmat

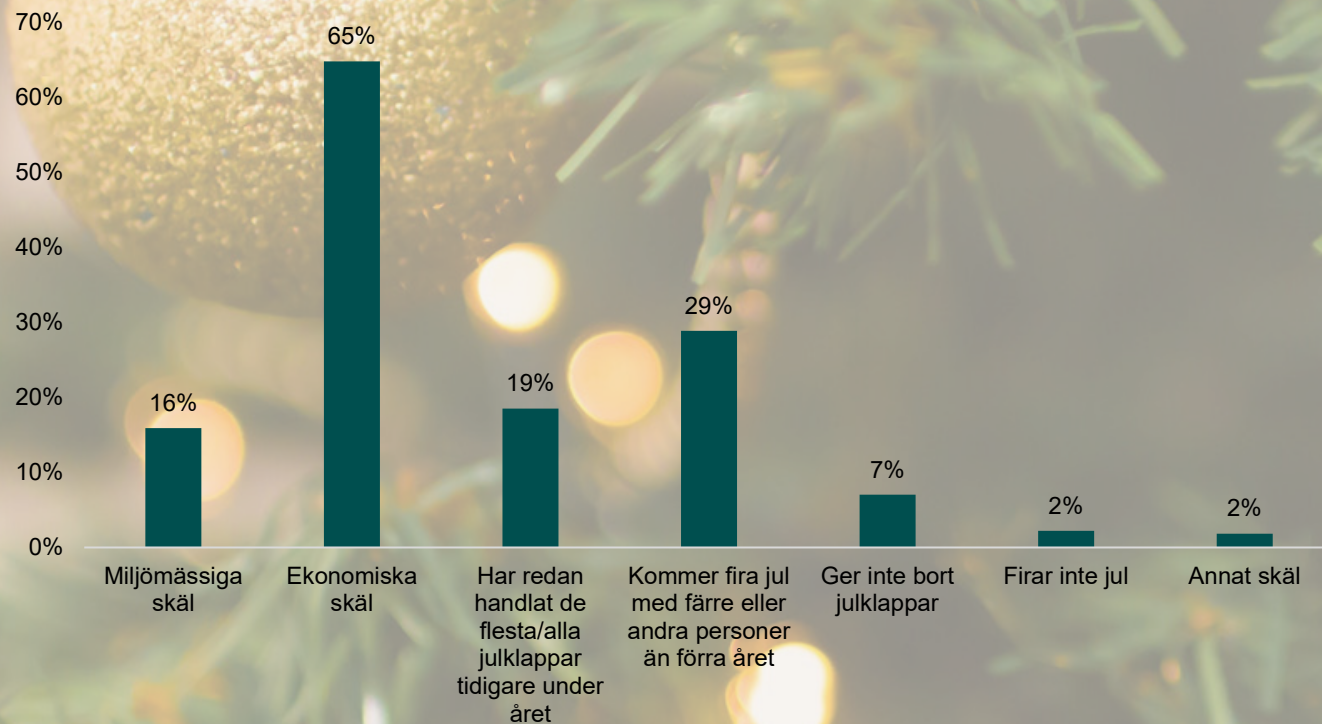
Efter ett uppsving för inköpen av såväl julklappar som julmat ifjol har andelen som planerar att dra ner på inköpen ökat i år. Drygt **var tredje** planerar minskade inköp av julklappar. Även vad gäller julmaten planerar var tredje att handla mindre i år jämfört med föregående år.

Kommer du att handla mer eller mindre av följande under julhandeln i år jämfört med förra året?



6 av 10 planerar minskade julklappsköp av ekonomiska skäl

Du uppger att du kommer handla färre julklappar under julhandeln i år jämfört med förra året. Ange de främsta skälen till detta. (Max 3 alternativ)



Bland de som planerar att handla färre julklappar i år än förra året uppger hela **65 procent** att ekonomiska skäl är den huvudsakliga förklaringen.

29 procent uppger att de kommer att handla färre julklappar för att de firar med färre eller andra personer än förra året.

Prognos för julhandeln 2022

Julkappshandeln startar i samband med Black Week/Black Friday och i år ökade andelen som valde att tidigarelägga sina julklappsköp; **6 av 10** valde att handla julklappar under reahögtiden, vilket är en ökning från hälften ifjol.

Baserat på två riksrepresentativa konsumentundersökningar uppskattar Svensk Handel att den totala **julkappshandeln** i år uppgår till totalt **22 miljarder kronor**. 2021 års totala julkappshandel uppgick enligt en uppföljande konsumentundersökning genomförd *efter* fjolårets julhandel till 23 miljarder kronor. Årets julkappshandel är således 1 miljard lägre vilket innebär ett ännu större tapp i försäljningsvolym eftersom den höjda prisnivån gör att pengarna räcker till färre varor.

Enligt HUI:s prognos från november väntas **julhandeln**, det vill säga detaljhandelns totala försäljning i december, uppgå till 91,4 miljarder kronor, vilket kan jämföras med 77,8 miljarder en genomsnittlig månad under 2022. Decembers ökade försäljning jämfört med en genomsnittlig månad, *merförsäljningen*, förväntas således uppgå till 12 miljarder kronor. Denna innefattar försäljningen av både mat och andra varor.

Försäljningsbegreppen kring jul

Julhandeln:

Avser detaljhandelns totala försäljning i december – både mat och andra varor.

Merförsäljningen i december:

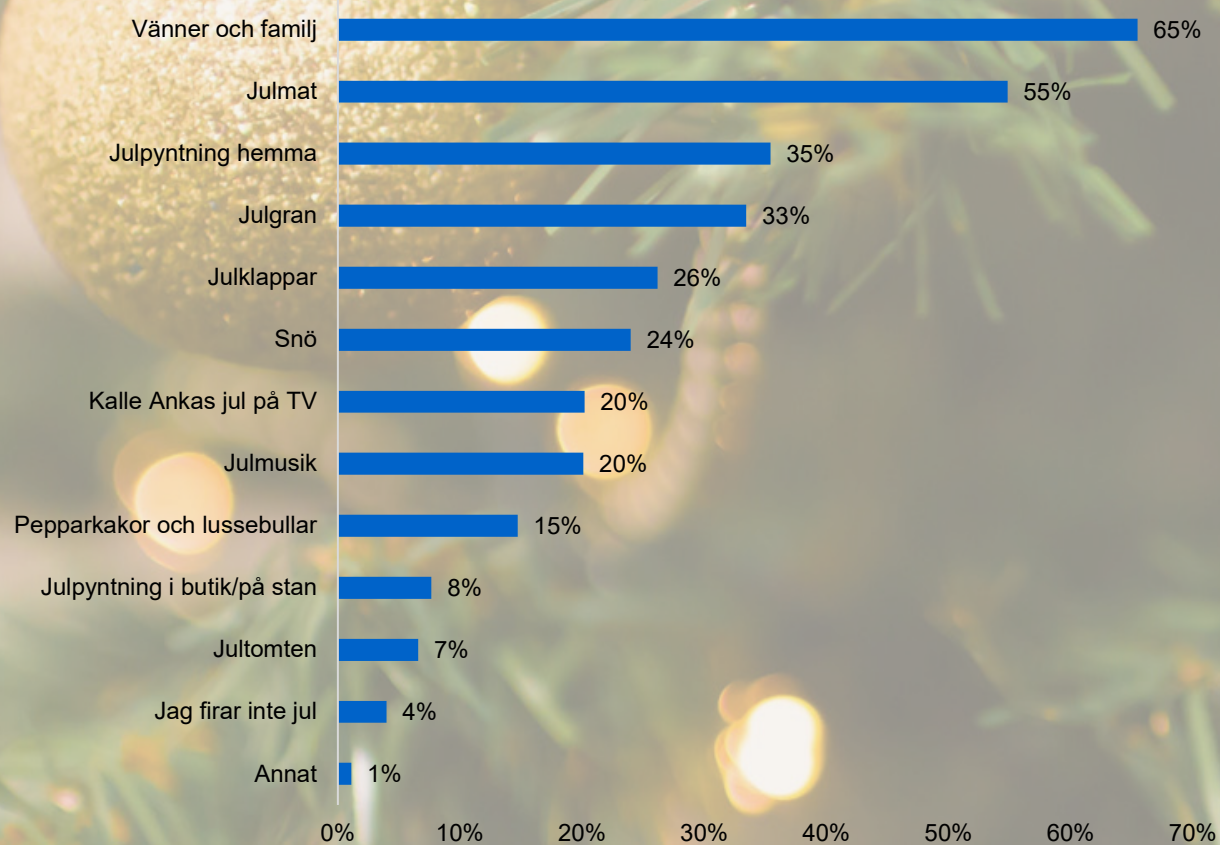
Avser hela detaljhandelns ökade omsättning jämfört med en genomsnittlig månad.

Julkappshandeln:

Totala köpbeloppet för julklappar, som kan inhandlas både i november och december.

Vänner och familj viktigast för en "riktig jul"

Fråga: Vilka av följande är viktigast för att det ska bli "en riktig jul"?
(max fyra alternativ)

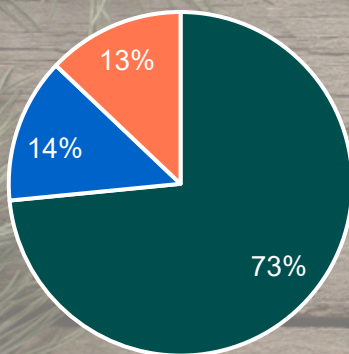


Vänner och familj och **julmat** följt av **julpyntning** och **julgran** rankas högst för en "riktig jul". Betydligt färre anser att jultomten är viktig.

Att vänner och familj är det som är av störst betydelse råder det enighet kring inom samtliga åldersintervall, medan julmat rankas högre bland äldre och julgranen högre bland de yngre.

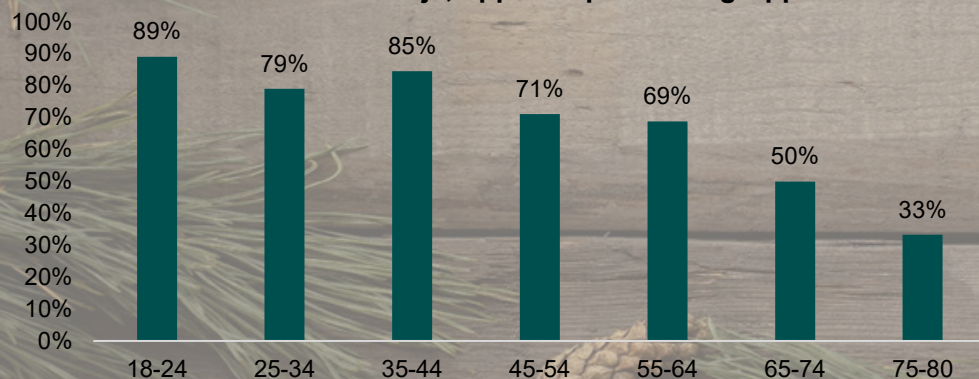
7 av 10 handlar julklappar på nätet i år

Kommer du handla några julklappar på nätet i år?



- Ja
- Nej
- Vet inte/har inte bestämt mig än

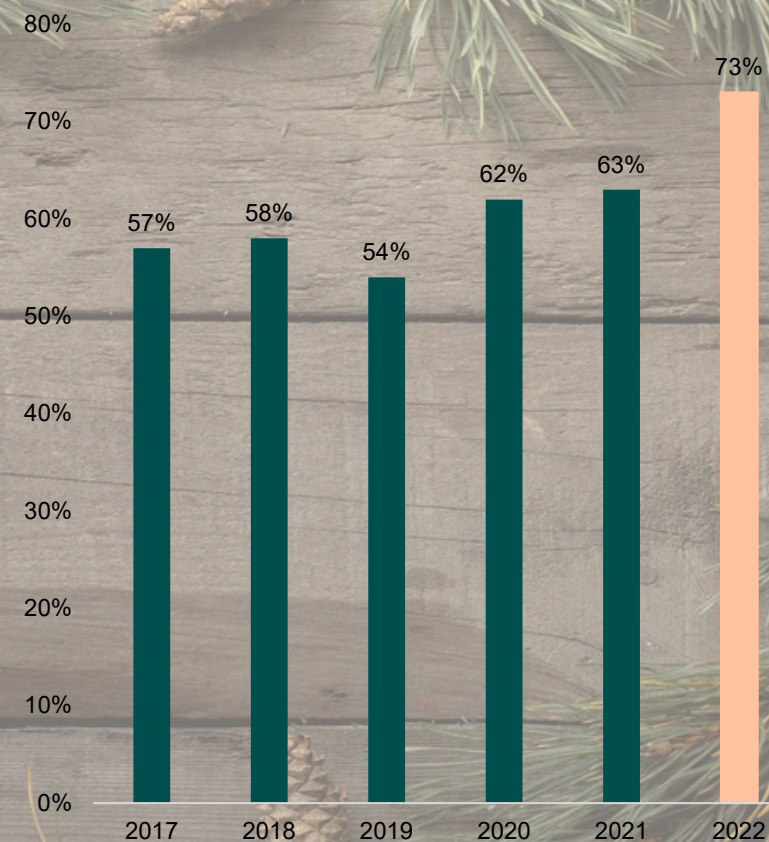
Andel som svarat ja, uppdelat per åldersgrupp



Andelen konsumenter som handlade julklappar på nätet ökade tydligt under 2020 och var på en fortsatt hög nivå i fjol. Julklappsköpen på nätet har ökat ytterligare i år; mer än **7 av 10** kommer att handla julklappar på nätet, vilket kan jämföras med drygt **6 av 10** ifjol.

Största andelen näthandlare återfinns bland 18-24-åringarna där **9 av 10** handlar julklappar på nätet.

Jämförelse andel som svarat att de kommer köpa några julklappar på nätet, 2017-2022

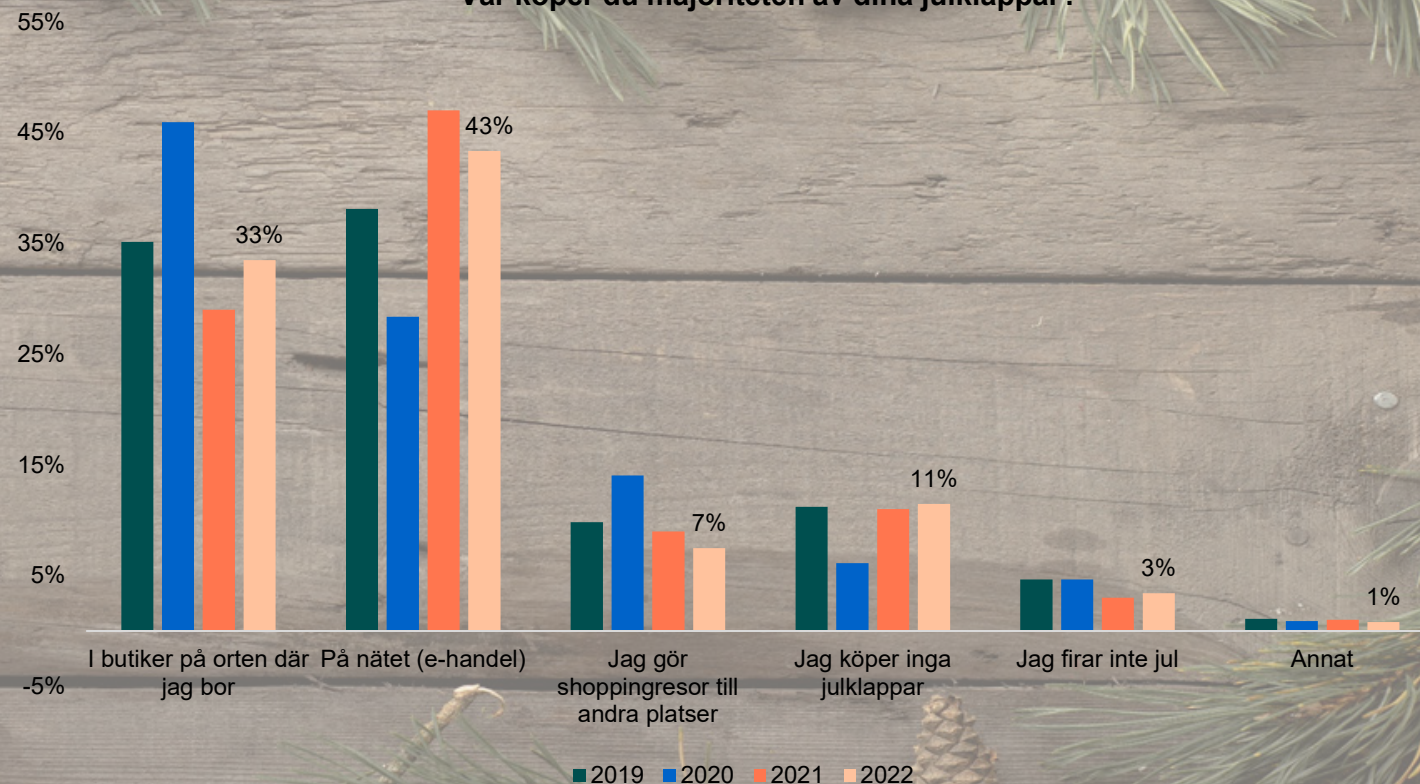


E-handeln fortsatt ledande för julklappsköp, återhämtning för butiker på hemorten

Drygt 4 av 10 uppger att de köper *majoriteten* av sina julklappar på nätet, en minskning med 4 procentenheter jämfört med föregående år.

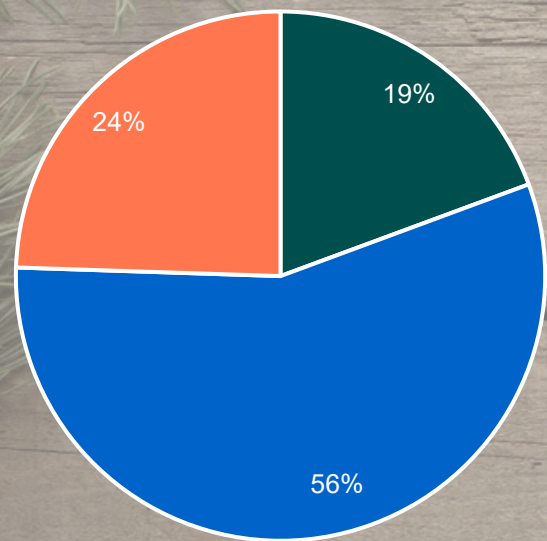
Samtidigt har andelen som köper majoriteten av julklapparna på hemorten ökat, något som minskade ifjol till förmån för e-handeln.

Var köper du majoriteten av dina julklappar?



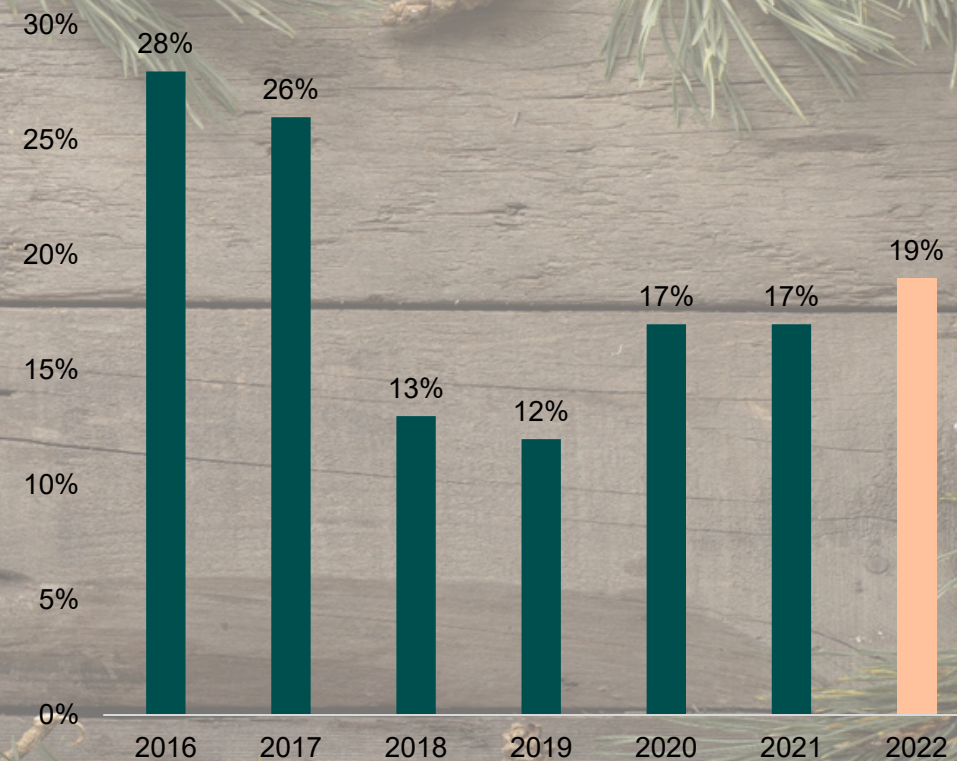
Var femte kommer köpa julklappar från utländska hemsidor

Kommer du att köpa några julklappar från utländska hemsidor/företag?



■ Ja ■ Nej ■ Vet ej/inte bestämt mig än

Jämförelse andel som svarat ja, 2016-2022

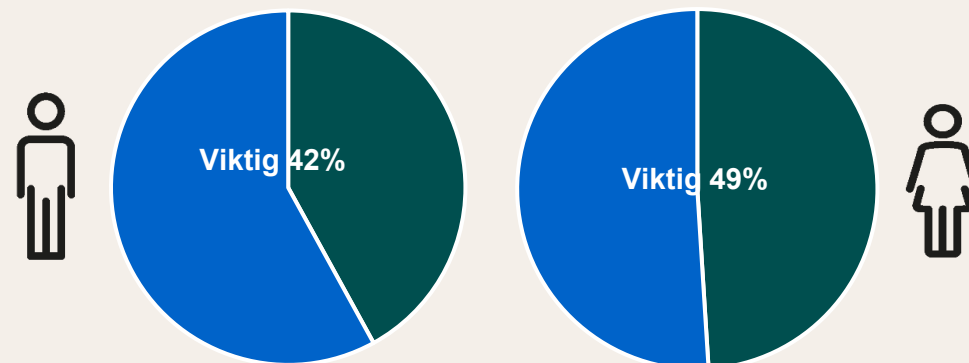
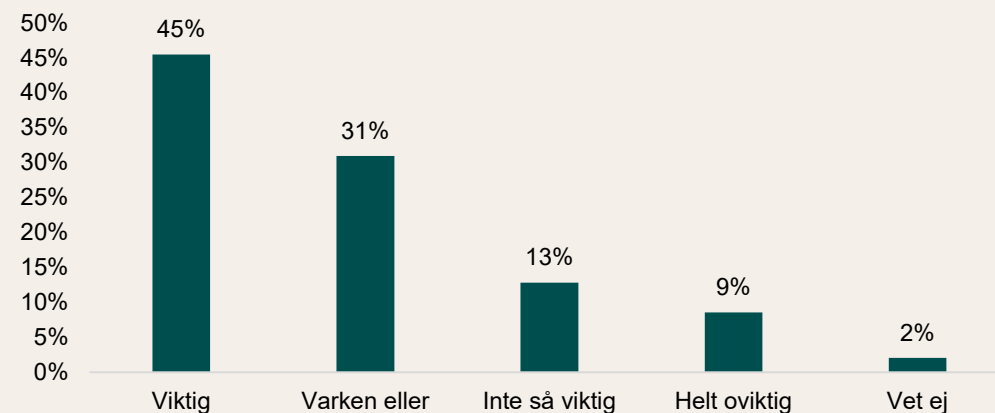


Hållbarhet värderas högt när vi köper julklappar...

Hållbarhetsaspekter värderas högt när vi handlar julklappar; mer än **var fjärde** uppger att de tycker att det är viktigt, vilket är en ökning med fyra procentenheter jämfört med föregående år.

Andelen som anser att det har hög betydelse har ökat bland både män och kvinnor, men största ökningen kan utläsas bland kvinnor där nästan **varannan** uppger att de tycker att det är viktigt, vilket kan jämföras med strax över **4 av 10** ifjol.

Hur viktiga är miljö- och hållbarhetsaspekter när du handlar julklappar?



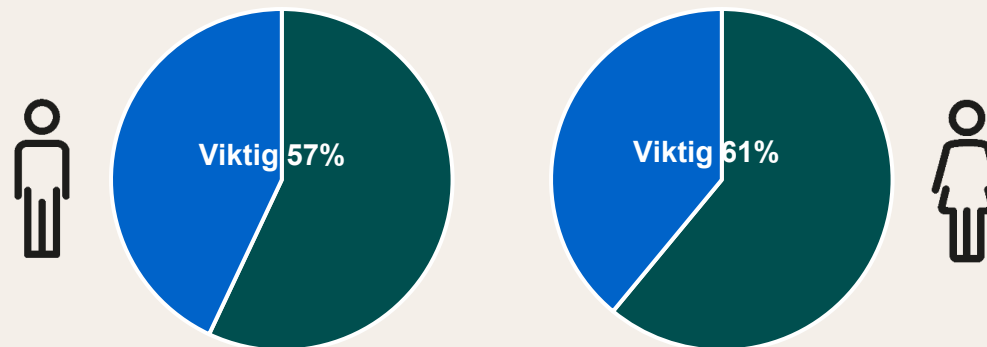
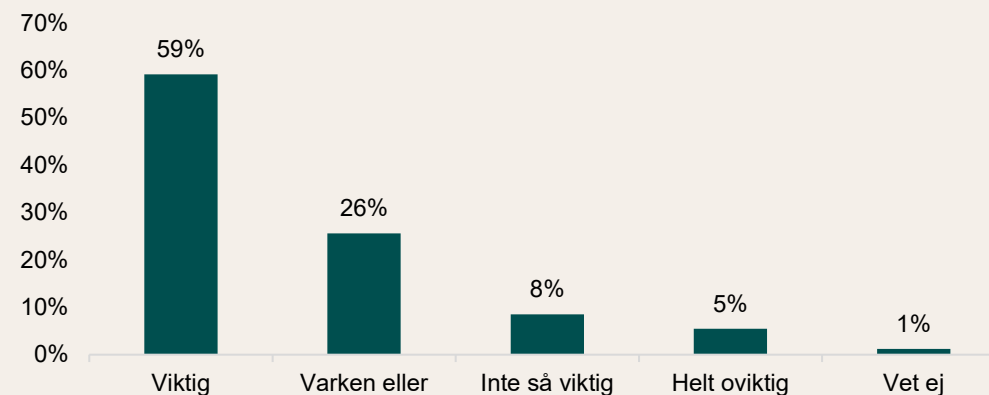
...och ännu högre när vi handlar julmat



Hållbarhetsaspekter värderas ännu högre vid köp av julmat; **6 av 10** anser att hållbarhetsaspekter är viktigt då de köper julmat, en ökning med 8 procentenheter sedan 2021.

Ökningen gäller både för män och kvinnor men är högre bland kvinnor, där cirka **6 av 10** anser att det är viktigt, vilket kan jämföras med **strax över hälften** ifjol.

Hur viktiga är miljö- och hållbarhetsaspekter när du handlar julmat?



Försäljningsskjuts för choklad och dessertost under julen

Topp 8 produkter som ökade mest i kronor under julveckan 2021 jämfört med en genomsnittlig vecka:

- Chokladkonfektyr
- Dessertost
- Fisk &skaldjur
- Julskinka
- Konserverad fisk &skaldjur
- Majonnässallader
- Nötter
- Sylta

Under vecka 51 förra året ökade dagligvaruhandelns försäljning inför julen med drygt **19 procent** jämfört med en genomsnittlig vecka under året.

Enligt siffror från NielsenIQ var motsvarande försäljningsskjuts under 2020 drygt **18 procent**.

Rapporten är baserad på konsumentundersökningar i november och december 2022, extrafrågor i samband med Svensk Handels Handelsbarometer från januari och november 2022, samt Niensens ScanTrack.

- **Handelsbarometern** tas fram i samarbete med HUI Research och baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 600 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare, e-handlare och partihandlare. Undersökningarna som refereras till i denna rapport genomfördes i januari och november 2022.
- **Konsumentundersökningarna** genomfördes som en webbenkät av ett externt undersökningsföretag på uppdrag av Svensk Handel. 1004 respektive 1005 personer i Sverige mellan 18 och 80 år deltog. Enkäten stratifieras med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes november och december 2022.
- **NielsenIQ** är ett globalt marknadsundersöknings- och analysföretag som samlar in försäljningsdata från detaljhandeln (NielsenIQ ScanTrack) vilket bland annat möjliggör analyser av köpbeteenden, marknadstrender och marknadsandelar. NielsenIQ ScanTrack data ligger till grund för försäljningsstatistiken i rapporten.

Kontaktuppgifter

För mer information

Amina Kaplan, Analytical Consultant, Nielsen, 076-695 39 84

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

För frågor om innehållet i rapporten kontakta:

Karolina Nilsson, analytiker, Svensk Handel, 070-267 38 11

