

HANDELSBAROMETERN

Svensk Handels indikator på optimismen och framtidsförväntningarna bland handelns företag

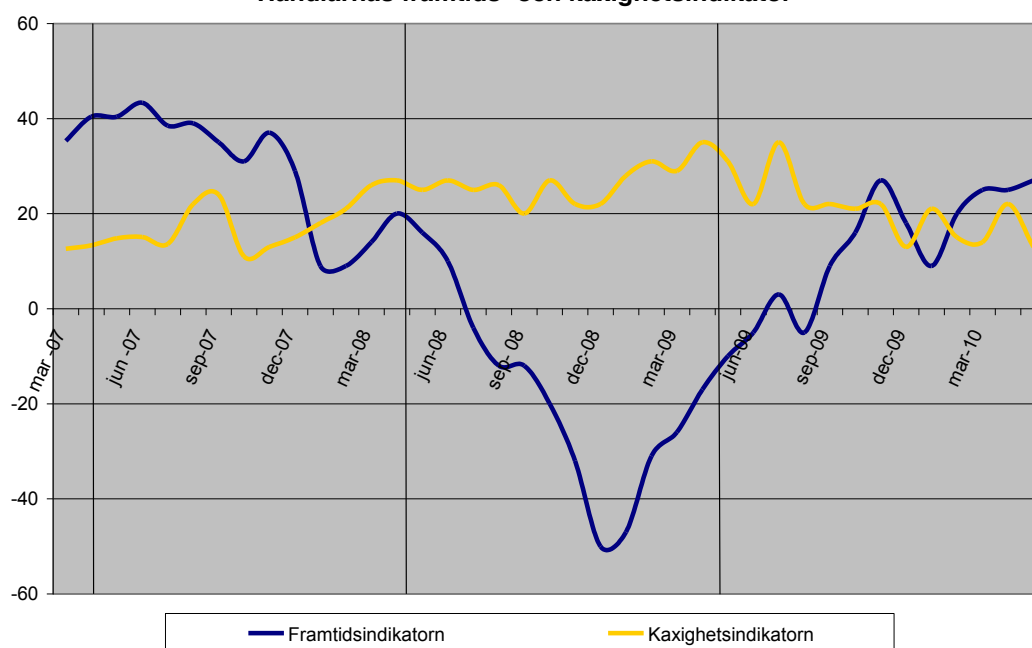
2010-05-17

Fortsatt stigande optimism i handeln

Optimismen stiger i den svenska ekonomin och så även i handeln. Under de senaste veckorna har det kommit flera indikationer på att även den krisdrabbade industrin nu börjar återhämta sig. Även handeln, som klarat sig relativt bra genom lågkonjunkturen, känner av den ökade svenska framtidsstron. Efter en relativt svag inledning under årets första två månader uppvisade handeln en rekordartad försäljningsökning på drygt 8 procent under mars månad. Detta kan till viss del förklaras av att vintern äntligen släppte sitt tag om Sverige, men även av en allmänt ökad framtidsstro. Det är tveksamt om handeln kommer att få uppleva flera riktigt så starka månader framöver, men handlarna ser positivt på framtiden. Detta resulterar i att Framtidsindikatorn denna månad stiger med 2 enheter och landar på 27, den högsta noteringen sedan november 2007.

Kaxighetsindikatorn, som mäter handlarnas tilltro till utvecklingen i den egna butiken jämfört med i detaljhandeln som helhet, sjunker denna månad med 9 enheter och landar på 13. En förklaring till den minskade kaxigheten är att den samlade handeln just nu uppvisar en så stark utveckling att det är svårt för den enskilde handlaren att slå den ytterligare. Kaxighetsindikatorn kan ses som ett mått på hur stor andel av handlarna som tror att de kommer att kunna öka sin marknadsandel under den kommande tremånadersperioden.

Handlarnas framtids- och kaxighetsindikator

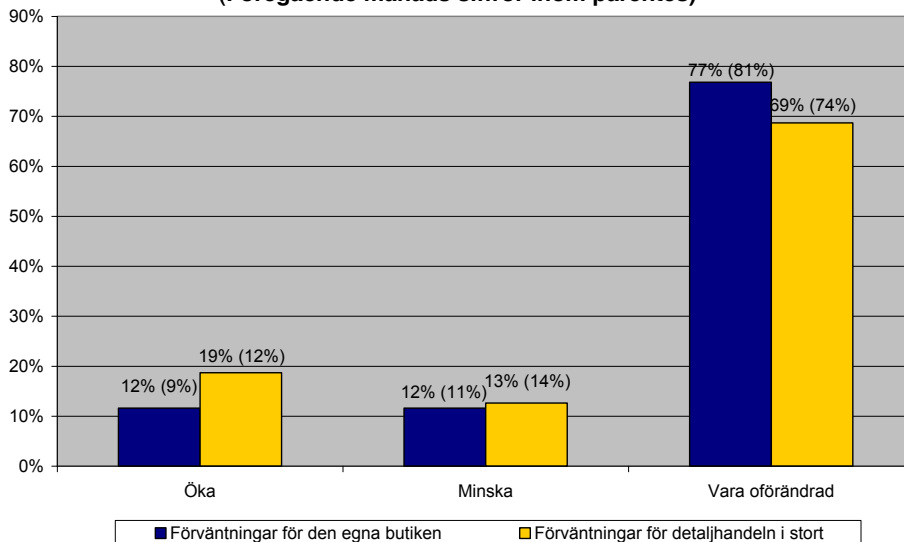


- Handeln klarade lågkonjunkturen bra och känner nu av den ökade svenska framtidsstron. Framförallt avspeglas detta i en mer positiv syn på behovet av nyanställningar i butikerna, vilket är mycket glädjande, säger Dag Klackenberg, vd på Svensk Handel.

Nyanställningar att vänta i handeln?

Drygt 1 av 10 handlare, 12 procent, planerar att nyanställa under det kommande kvartalet medan nära 2 av 10 handlare tror att antalet anställda i handeln i stort kommer att öka framöver, vilket är en relativt stor ökning jämfört med tidigare kvartal. Det är 12 procent av handlarna som förutspår att antalet anställda i den egna butiken kommer att minska, och 13 procent som tror att antalet anställda i handeln i stort kommer att minska. En stor majoritet av handlarna tror dock att antalet anställda, både i den egna butiken och i detaljhandeln i stort, kommer att vara fortsatt oförändrat. Generellt är handlarna inom sällanköpsvaruhandeln mer positiva till nyanställningar än handlarna inom dagligvaruhandeln, vilket är naturligt då det är dessa branscher som främst känner av den ökade optimismen bland konsumenterna.

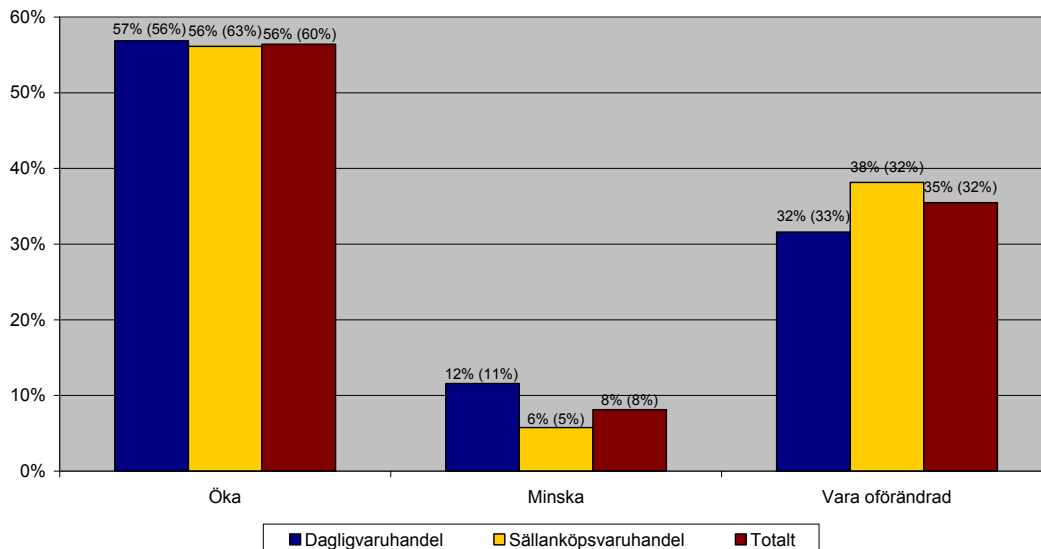
Hur tror du att antalet medarbetare i din butik och i detaljhandeln i stort kommer att utvecklas under de kommande tre månaderna?
(Föregående månads siffror inom parentes)



Fortsatt höga försäljningsförväntningar

Nära 6 av 10 handlare, både inom sällanköpsvaruhandeln och dagligvaruhandeln, tror att försäljningen i den egna butiken kommer att öka under det kommande kvartalet. Den varmare delen av året, med grilltillställningar, studentfester, bröllop och andra matfester, står för dörren, vilket är positivt för försäljningsutvecklingen i dagligvaruhandeln. Samtidigt är konsumenterna nu i full färd med att både uppdatera sin vårgarderob och köpa nya möbler till uteplatsen. Detta bidrar till att bibehålla en fortsatt hög optimism. Endast 12 procent av dagligvaruhandlarna och 6 procent av sällanköpsvaruhandlarna tror att försäljningen i den egna butiken kommer att minska.

Hur tror du att försäljningen i din butik kommer att utvecklas de kommande 3 månaderna?

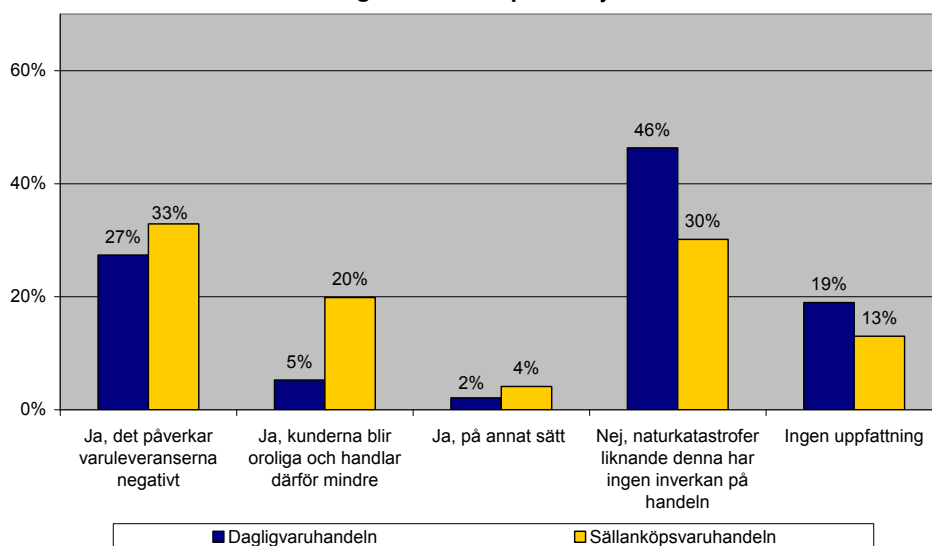


Tema 1: Vulkanaska i luftrummet och dess inverkan på handeln

Under mitten av april var flygtrafiken i Europa lamslagen på grund av vulkanaska i luftrummet. Nu är större delen av flygtrafiken åter igång, men hotet om att ett nytt stopp ska uppstå kvarliggör. Det har spekulerats mycket i vad ett stopp liknande detta får för effekter för olika delar av vårt samhälle, däribland handeln. Handelsbarometerns panel har därför fått svara på några frågor med anknytning till flygstoppet och dess kort- och lite mer långsiktiga effekter på handeln.

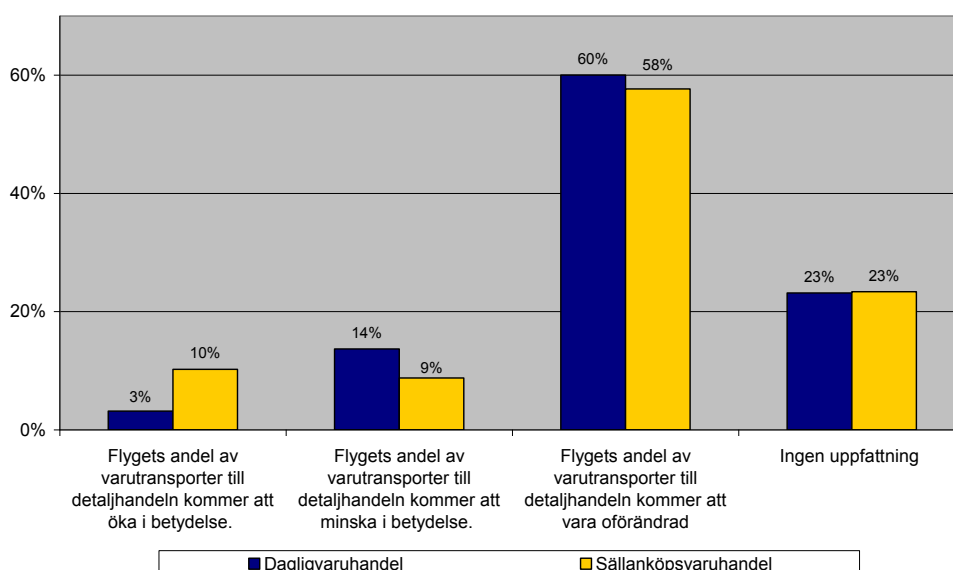
Handlarna fick svara på frågan om och i så fall vilken inverkan naturkatastrofer liknande den senaste har på handeln. Resultaten visar att handlare inom sällanköpsvaruhandeln upplever en större inverkan på sin verksamhet än handlare inom dagligvaruhandeln. Nära hälften av dagligvaruhandlarna uppger att naturkatastrofer liknande vulkanutbrottet inte har någon inverkan på handeln, medan motsvarande andel inom sällanköpsvaruhandeln är 3 av 10 handlare. Störst inverkan har naturkatastrofer på varuleveranser. Cirka 3 av 10 handlare, både inom dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln, uppger att detta är ett problem. Inom sällanköpsvaruhandeln upplever 2 av 10 handlare att kunderna blir oroliga och därför handlar mindre av deras produkter, medan motsvarande andel inom dagligvaruhandeln endast är 5 procent.

Flygtrafiken i Europa var utslagen under en dryg vecka i april på grund av vulkanaska i luftrummet. Upplever du att naturkatastrofer liknande denna har någon inverkan på detaljhandeln?



Som följdfråga fick handlarna svara på hur de tror att flygets betydelse som transportmedel för varuleveranser kommer att förändras på 5 års sikt. Majoriteten av handlarna inom både dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln tror inte att flygets andel av varuleveranserna kommer att förändras. Inom sällanköpsvaruhandeln tror 1 av 10 handlare att fler transporter kommer att ske med flyg framöver. Motiveringen till detta är framför allt att en allt större del av produktionen förläggs till asiatiska länder, medan det ständigt blir större efterfrågan från kunder på att butikerna ska tillhandahålla det allra senaste. Därmed ökar kraven på snabba leveranser. Samtidigt tror 14 procent av handlarna inom dagligvaruhandeln och 9 procent av handlarna inom sällanköpsvaruhandeln att flygets andel av transporterna kommer att minska. Det främsta argumentet för en minskning är att konsumenterna blir allt mer miljömedvetna och att flygets miljöbelastning är alltför stor.

Hur tror du att flygets betydelse som transportmedel för varuleveranser kommer att förändras på 5 års sikt?



Mer information

Mer information och analyser av handeln får du av Svensk Handel (www.svenskhandel.se).

Du är välkommen att kontakta Hans Löwlund, chef företagarservice Svensk Handel eller pressansvarig Margareta Ternell för kommentarer, analyser och andra frågor rörande Svensk Handel.

Hans Löwlund, chef företagarservice,
tel. 010-471 86 11, mob. 070-521 82 00
hans.lowlund@svenskhandel.se

Margareta Ternell, pressansvarig,
tel. 010-471 86 69, mob. 070-642 00 16,
margareta.ternell@svenskhandel.se

Om Handelsbarometern

Handelsbarometern är Svensk Handels månatligen återkommande indikator för optimismen bland medlemsföretagen. Handelsbarometern ger en inblick i hur branschens företag tror att omsättning och sysselsättning kommer att utvecklas de kommande tre månaderna. Handelsbarometern baseras på en panel av butikshefer/butiksägare inom detaljhandeln. Du hittar rapporten och mer information om Handelsbarometern på www.svenskhandel.se.

Handelsbarometerns Framtidsindikator beräknas som det genomsnittliga nettotalet för fyra frågor som rör butikshefernas framtida förväntningar på försäljning och antalet medarbetare i den egna butiken samt för detaljhandeln i stort under de kommande tre månaderna

Handelsbarometerns Kaxighetsindikator beräknas som nettotalet för en fråga om butikshefernas framtida förväntan om sin egen försäljningsutveckling i förhållande till försäljningsutvecklingen för detaljhandeln i stort.