

# efterbörser

## Husqvarna gör upp i USA

Husqvarna, tillverkare av trädgårdsprodukter, har ingått en förlikning kring motorstyrkan på sålda gräsklippare i USA. Husqvarnas kostnad för uppgörelsen landar på 100 miljoner kronor. Bolaget fortsätter dock att hävda att det inte finns någon grund för anklagelserna mot bolaget, enligt ett pressmeddelande. TT



FOTO: TOMMY ANDERSSON/SCANPIX



Klädföretaget Filippa K har hängt på den ekologiska trenden och öppnat secondhand-affärer för det egna märket.

FOTO: MAGNUS HJALMARSON NEIDEMAN

# Grön och hållbar trend

**Miljösamt, ekologiskt och hållbart. Det är tre nyckelord för de handlare som vill överleva på framtidens marknad. Åtminstone om man ska lita på Svensk Handels senaste trendspaning.**

Branschorganisationen Svensk Handel spår goda tider framöver för handeln. Tack vare ökad befolkningstillväxt och en normal konsumtionsökning bedöms detaljhandeln öka med 30 procent år 2020, jämfört med i dag, och omsätta runt 713 miljarder kronor.

**Men med detta** kommer andra krav från konsumenterna. Svensk Handel tror på en tjänsteboom inom detaljhandeln som breddar sig till att sälja tjänster – inte bara produkter – för att knyta kunderna till sig och ge dem viktiga mervärden. Exempelvis kan elektronikhandeln hålla kurser för en viss

teknisk produkt, kanske för en avancerad mobiltelefon så att kunden kan använda den optimalt. Köksbutiken eller matvarubutiken kan arrangera matlagningskurser och järn- och bygghandeln förmedlar kunnande i att hantera verktygen de säljer.

– Andra krav ställs på butikens personal. De måste kunna möta de kunniga och pålästa kunderna och bli säljare i elitklass. ”Personal shoppers” är något som växer, säger Meta Troell, som är en av författarna till trendrapporten Konsumera.

**En annan viktig trend är konsumenternas ökade krav på att få kännedom om varornas ursprung.** Intresset för ekologi och varornas påverkan på miljön bedöms öka,



**Meta Troell**

FOTO: STEFAN GUSTAVSSON

vilket innebär att det i framtiden inte är möjligt för företag att hoppa över CSR-frågorna.

– Kunderna vill handla i butiker som gör gott och för företagen blir det allt viktigare att berätta vad de gör, säger Meta Troell.

**Linda Hedström**, medförfattare till rapporten, konstaterar att kravet på att vara en hållbar aktör blir så viktigt att den som inte gör detta får det svårt att överleva.

– Även handelsplatserna måste bli klimatsmarta. De kan ta hänsyn till sådant som belysning och uppvärmning. Men det gäller även att det går att ta sig till handelsplatsen på fler sätt – genom att gå, cykla, åka buss eller ta bilen, säger Linda Hedström.

Hon bedömer också att framtidens handelsplats utvecklas alltmer till att bli en social mötesplats där kunderna känner sig

bekväma och välkomna, även om man inte köper något.

En utmaning för framtidens handel är förpackningarna. I takt med ökade krav på hållbarhet och ekologi finns press på att minska antalet förpackningar, och göra dem återvinningsbara. Samtidigt ökar efterfrågan på information om produkterna.

– Kunden vill veta allt om varan. Var och hur den är producerad, vad den innehåller och kanske hur den är transporterad. Det kan vara svårt att få med allt på en liten förpackning. Det blir en utmaning, säger Meta Troell.

**SARA L BRÄNSTRÖM**

08-13 50 96, sara.l.branstrom@svd.se

## © Viktigaste trenderna

**De viktigaste trenderna i Svensk Handels rapport:**

- 1. Hållbar utveckling.** Det går en grön väg genom den globala handeln. Fler vill handla sunt med ett gott och grönt samvete.
- 2. Handelsplatsen blir en social mötesplats.** I takt med att

utbud och priskonkurrens ökar blir värdskapet en viktigare konkurrensfaktor. Vi handlar, umgås, tränar och upplever saker tillsammans.

- 3. Både bredare och mer nischat utbud.** Kunden får ett större utbud av varor och tjänster att välja på. Samtidigt ökar

möjligheten att själv kunna påverka sortimentet.

**Handelns omsättning:** 582 miljarder kronor per år.

**Prognos för 2020:** 713 miljarder kronor.

**Källa:** Ur rapporten Konsumera – Trendrapport 2010.

**SARA L BRÄNSTRÖM**