

Juni svart månad för Saab

För första gången på 14 månader pekade bilförsäljningen för Europa inte neråt under juni. Totalmarknaden ökade i stället med 2,4 procent. Men glädjen över det märktes inte i Sverige. Saab Automobile till exempel dök med hela 62 procent under juni.

– Det blir bättre när alla detaljer kring försäljningen av Saab är klara, hoppas Eric Geers, informationschef för Saab Automobile.

I Trollhättan vill man gärna framstå som vanlig biltillverkare igen i folks medvetande, snarare än som något krisdrabbat.

– Det har varit väldigt speciella förhållanden, säger Geers diplomatiskt.

Snart kommer nya 9-5-modellen och sedan väntar ytterligare ett par modeller på introduktion. Då, hoppas Geers, kan det bli som vanligt igen.

– Vi släpper inte taget, säger han.

Under juni hade Saab 0,2 procent av marknaden i Europa. Volvo PV minskade med 14,5 procent under juni, till 19 328 sålda bilar, men det var jämförelsevis bättre än vad facit blev för årets sex första månader. Då var minskningen 22,8 procent.

– Vi känner att det planat ut lite nu, säger Peter Ganjbar, presstalesman för Volvo PV.

– Vi tycker dessutom att det ser lite bättre ut inför hösten.

Uppgifterna om bilförsäljningen kommer via internationella bilindustriorganisationen Acea. Enligt den beror ökningen i juni bland annat på att stora tjänstebilflottor förnyats i de större EU-länderna.

Varken Volvo eller Saab hör oavsett krisen till storsäljarna i sådana sammanhang.

Bilförsäljningen i Tyskland ökar med hela 40,5 procent under juni jämfört med i fjol, och det beror förutom tjänstebilmarknaden på den skrotbilspremie på 2500 euro som många av köparna kan utnyttja. En ny Dacia kostar i Tyskland från 7500 euro och uppåt. En rabatt på 2500 euro på det priset gör stor skillnad.

Dacia, rumänskt men ägt av Renault, tillhör de stora vinnarna under juni. Ökningen var 58,2 procent jämfört med juni 2008 för Europa. Man sålde 27 144 bilar.

CHRISTER JÖNSSON
TT

Upp och ner i juni

Märken som ökade i Europa:

Märke	Förändring i procent	Antal sålda bilar
1. Dacia	+58,2	27 144
2. Hyundai	+27,1	27 680
3. Lancia	+16,8	12 531

Märken som minskade:

1. Saab	-62	2 565
2. Chrysler	-52,9	4 491
3. GM USA	-44,1	272

KÄLLA: ACEA (TT)



"Vi planerar att köpa saker till barnen, både leksaker och kläder. Vi har hört att det är mycket billigare här än i Finland", säger Niina och Matti Koivula från finska Hämeenlinna på besök i Stockholm.

FOTO: CASPER HEDBERG

Turister lyfter handeln

Svag krona och utländska besökare ska rädda Sveriges affärer

Mer positiva utsikter från handlarna och stark juniförsäljning från Clas Ohlson – den svaga kronan och turismen väntas hålla uppe den svenska sommarhandeln. Men den internationella klädjätten H&M hade en tuffare juni.

Handlarnas tro på både de egna butikerna och marknads utveckling fortsätter att förbättras i juli. För första gången på ett år är de som tror på en positiv utveckling de närmaste tre månaderna fler än de pessimistiska.

Förhoppningarna är stora på den försäljning som kan komma från svenskar och andra turister som tillbringar semestern i Sverige. Men det är inte bara det, det finns en viss optimism i luften trots att ekonomernas konjunkturbedömningar går på tvärs, säger Yvonne Ingman, vice vd för branschorganisationen Svensk Handel som ligger bakom Handelsbarometern.

22 procent av handlarna väntar sig att mer än 30 procent av sommarförsäljningen kommer från

turister. De branscher som gynnas mest av turismen är kläder, skor och sport- och fritidshandeln, liksom dagligvaruhandeln. Blixindex för kläd- och skoförsäljningen, de enda branschindex som redovisats hittills för juni, visade på uppgångar med 4-5 procent. Jämförelsen görs visserligen med en väldigt svag juniförsäljning förra året, men bedöms av branschen ändå vara en positiv signal om sommarhandeln.

Däremot väntar sig försäljare av kapitaltunga varor som möbler och dyrare hemelektronik en fortsatt tung tid framöver.

Igår redovisade också fixar- och fritidsprylkedjan Clas Ohlson sin juniförsäljning som ökade med 13 procent totalt och 7 procent i Sverige, inräknat en tillväxt på 20 butiker.

– Vi har sett en positiv utveckling sedan april. För första gången har vi släppt en vårkatalog där vi lyft fram vårt vår- och sommarsortiment och vi har haft en ganska offensiv utbudsannonsering i dagspress, säger bolagets

informationschef John Womack. – Man kan också spekulera i att rot-avdraget haft en liten effekt, många startar projekt runt hemmet, fortsätter han.

Vädret fortsätter att vara en viktig faktor för sommarförsäljningen även i ekonomisk lågkonjunktur. Men effekten i juni är svår att analysera, menar John Womack, då månaden både bjöd på kyla och regn och rekordvärme.

Klädjätten H&M, som har över 90 procent av försäljningen utanför Sverige, bommade dock förväntningarna på försäljningen i juni. En ökning med 4 procent inklusive butikstillväxt och en minskning med 5 procent i jämförbara butiker låg långt under analytikernas prognoser. Avgående vd Rolf Eriksen konstaterade i samband med senaste rapportpresentationen den 25 juni att vädret i början på månaden varit kallt utan att vidare kommentera betydelsen för försäljningen. På H&M:s största marknad, Tyskland, sjönk kläddpriserna med 1 procent i juni, enligt Textilwirtschaft. Rolf Karp, detaljhandels-

analytiker på Öhman Fondkommission tror att H&M:s försäljning kan ha missgynnats av att konkurrenterna har haft stora reor i juni, medan H&M har väntat.

– Det finns fortfarande stor osäkerhet bland andra handlare som gärna vill starta rean lite tidigare än vanligt. H&M kanske inte har haft samma reabehov, säger han till TT.

H&M:s aktie sjönk efter försäljningsrapporten med nära en procent i den i övrigt väldigt positiva Stockholmsbörsen.

På frågan om vi kan vänta oss en baksmälla för detaljhandeln till hösten, när turisteffekten klingat ut svarar Yvonne Ingman:

– Allt beror på hur läget på arbetsmarknaden ser ut. Jag tycker ändå det är intressant att så många handlare nu tror på en ökad försäljning och att de flesta tror på en oförändrad sysselsättning i handeln. I tider som dessa får oförändrad ses som ett styrkebesked.

SARA LOMBERG

08-13 58 42, sara.lomborg@svd.se

Har du shoppat mycket på semestern?



Terje Langholmen, jobbar i finansbranschen, Gjörvik, Norge: – Har mest köpt kläder och skor. Det är både billigare och dyrare här än i Norge, det beror på var man handlar. Den svaga svenska kronan gör att situationen är ganska bra.



Doris och Volker Thöne, lärare, Düsseldorf, Tyskland: – Hittills har vi bara köpt en tysk tidning. Priserna och utbudet är ungefär som i Tyskland. Kanske köper vi svenska linnekläder från en affär vi gillar.



Pelle Eriksson, lagerarbetare, Spånga: – Det är bara min tredje semesterdag så jag har inte hunnit. Men jag ska köpa en del kläder, det blir nog för några tusen. Förra veckan köpte jag en ny mobil.



Birgitta Lönnegren, programrerare, Enköping: – Nej, jag har bara köpt tre klädesplagg. I dag är jag och shoppa med min dotter som ska köpa kläder, och så ska vi köpa några presenter.

FOTO: CASPER HEDBERG