



Sommarhandeln 2021

SH Svensk
Handel

- Sommaren är normalt en **viktig försäljningsperiod** för detaljhandeln. Även om det finns faktorer som skulle kunna påverka negativt bedömer vi att detaljhandeln fortsätter att stärkas av det rådande läget och visar på positiv tillväxt i sommarförsäljningen även i år.
- Pandemin och de införda restriktionerna har gynnat detaljhandeln som bransch när färre har ätit på restaurang, besökt evenemang och rest utomlands på semestern. De **delbranscher som gynnats mest**, däribland byggvaruhandeln, sporthandeln och handeln med möbler och heminredning, visar **inga tecken på avtagande försäljningstillväxt**.
- Handlarna är **optimistiska** inför sommarförsäljningen. Större delen av handlarna tror på ökad försäljning i år jämfört med förra sommaren.
- Handeln är en viktig jobbskapare och var tredje handlare anger att de kommer att ta in extrapersonal i sommar. Butikerna tar i genomsnitt in något fler personer än förra året. Totalt väntas sommarhandeln i år generera omkring **11500 extra arbetstillfällen**.
- **Midsommar** är handelns fjärde viktigaste försäljningstillfälle och är särskilt viktig för dagligvaruhandeln. Under midsommarveckan beräknas försäljningen inom **dagligvaruhandeln öka med 14 procent** jämfört med en genomsnittlig vecka. Det innebär en merförsäljning på cirka 900 miljoner kronor. I år väntas däremot midsommarfirandet få en något lägre omfattning jämfört med förra året.
- **Konserverad fisk & skaldjur, färsk fisk, skaldjur och glass** är några av de produkter som får en försäljningsskuts under midsommarveckan i kronor räknat. Räknat i procentuell tillväxt är **insektsmedel** den riktiga storsäljaren under midsommarveckan.
- För första gången har vi också frågat konsumenter hur de ser på **nationaldagen**. En övervägande del av befolkningen anser att nationaldagen är viktig att fira.

De restriktioner som i fjol infördes med anledning av coronapandemin har varit gynnsamma för detaljhandeln som helhet. När människor har avstått att äta ute på restaurang eller ta in på hotell har mer pengar spenderats i dagligvaruhandeln, på att renovera altanen, på sportprodukter eller ny heminredning. Detta har inneburit att ett antal delbranscher, däribland byggvaruhandeln, sporthandeln och handeln med möbler och heminredning har haft en stark medvind. Andra branscher såsom sko- och klädhandeln har samtidigt drabbats hårt av fallande efterfrågan som följd av ändrade konsumentbeteenden under 2020.

Hittills i år ser denna trend ut att hålla i sig, med fortsatt stark vind i seglen för de branschsegment som är exponerade mot stanna-hemma-trenden. Trots att fler känner sig bekväma med att till exempel äta ute eller att en del planerar att resa utomlands i sommar kvarstår reglerade öppettider samt maxantal personer per sällskap för restaurangbranschen och vaccinpass inom EU som börjar gälla fr.om den 1 juli. De svenska konsumenterna bedömer, i juni 2021, till övervägande del att de kommer tillbringa *mindre* tid utomlands i år än förra året. Detta innebär, liksom vi såg förra sommaren, att mer pengar än vanligt torde hamna i handeln.

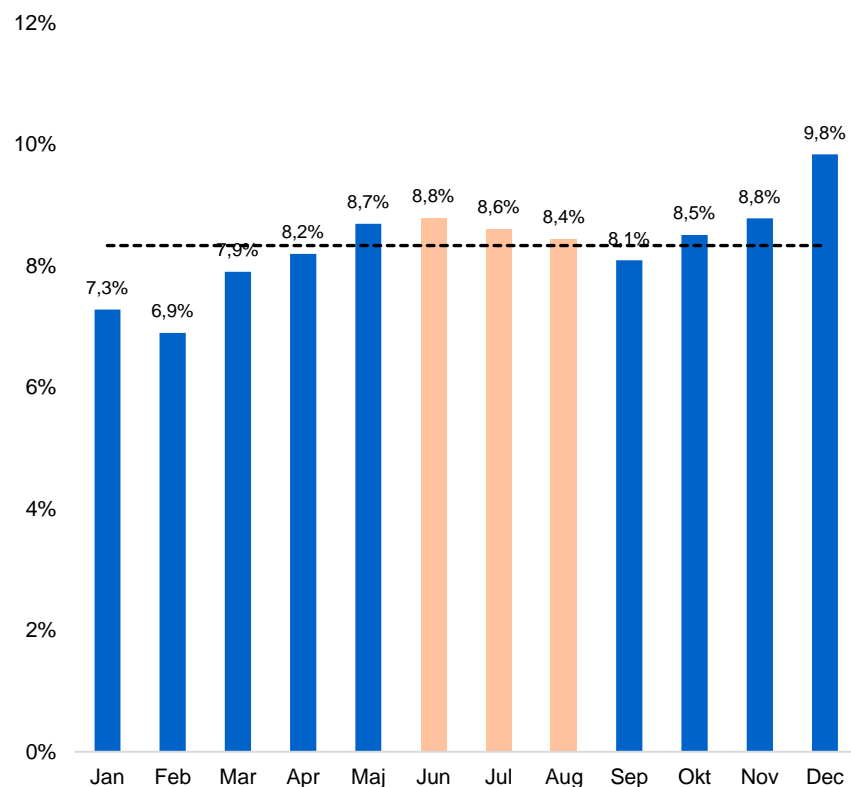
Både inhemsk och utländsk turism är för många handlare en viktig inkomstkälla under sommaren. I och med avskaffade inreserestriktioner för turister från Danmark, Norge och Finland till Sverige väntas utländsk turism vara något bättre i år. Att inreserestriktionerna lättats för våra grannländer är till stor glädje för gränshandeln, som lidit hårt av de stängda gränserna. I och med krav på negativt covid-19-test från övriga EES-stater lär turism från dessa stater vara begränsad i sommar.

Även om många konsumenter nu sannolikt har uppdämda konsumtionsönskemål inom andra sektorer än handeln, bedömer vi att detaljhandeln under sommaren totalt sett kommer att uppvisa en god omsättning. Många hushåll har hållit de totala inköpen låga i över ett års tid, vilket har gett dem en god köpkraft. I kombination med att många även denna sommar väntas "hemestra" i stället för att resa utomlands talar det för att handeln kommer att visa en positiv omsättningstillväxt under sommarmånaderna även i år.

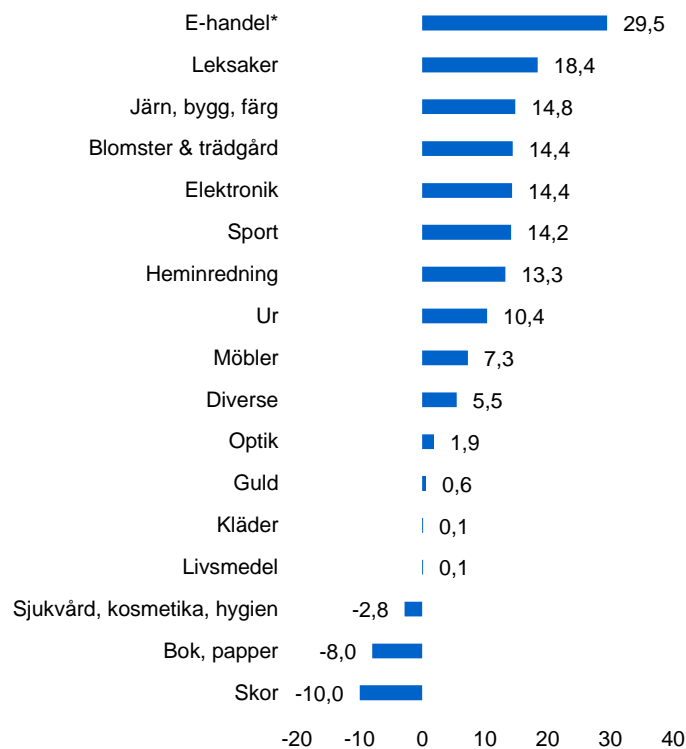
Sommarhandeln viktig för försäljningen



Månadernas respektive andel av detaljhandelns helårsförsäljning.
Genomsnitt för 2019 och 2020



Tillväxt i detaljhandeln jan - april 2021 jämfört med samma period 2020, löpande priser, procent



*: Avser SNI 47.91 (renodlade e-handlare)

Sommarhandeln, det vill säga försäljningen under juni, juli och augusti, utgör vanligen drygt en fjärdedel av detaljhandelns totala försäljning under året. Försäljningen är alltså lite högre under sommarmånaderna än under en genomsnittlig månad.

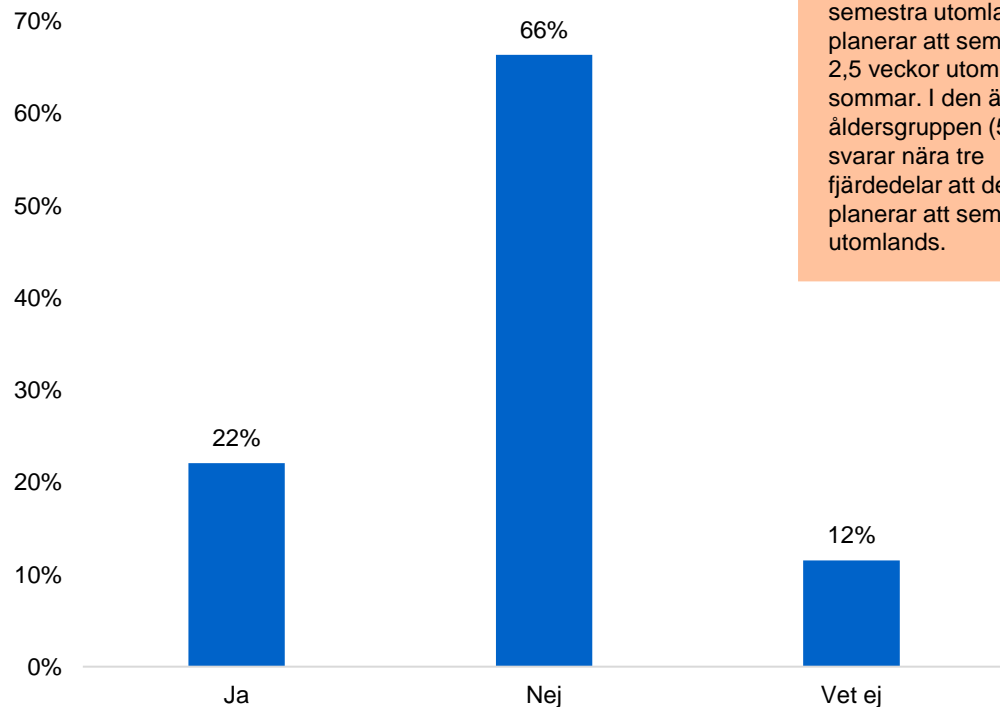
Baserat på tidigare års försäljningsmönster och HUI:s prognos för hela 2021 kan försäljningen i detaljhandeln väntas uppgå till 225 miljarder kronor under sommarmånaderna 2021.

Coronakrisen slog olika hårt mot olika delbranscher under 2020. De delbranscher som fick mest vind i seglen under fjolåret var bland andra den renodlade e-handeln, järn-, bygg- och färghandeln, elektronikhandeln, sporthandeln samt möbler och heminredning. I det högra diagrammet går att konstatera att några av de delbranscher som fick en positiv påverkan på omsättningen under 2020, med anledning av ändrade beteendemönster, har fortsatt att gå bra även under inledningen av 2021.

Sannolikt kommer dessa gynnade branscher fortsätta att gå starkt även under årets sommarmånader. Helårsprognosen för tillväxten i byggvaru- och elektronikhandeln är i linje med prognosen för detaljhandeln i stort om 3 procent i löpande priser. Handeln med möbler och heminredning samt sporthandeln spås växa 4 respektive 6 procent medan handeln med kläder och skor har den högsta tillväxtprognosen om 8 procent.

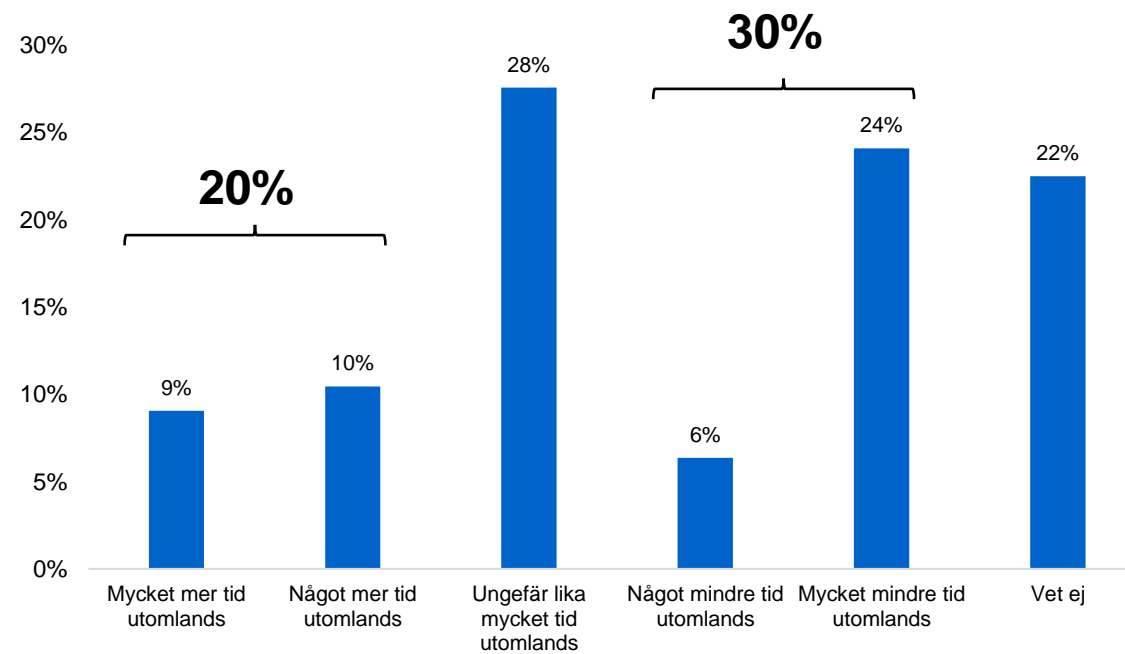
Fler planerar att semestra i Sverige i år jämfört med förra året

Fråga: Planerar du att semestra utomlands någon gång under sommarmånaderna juni, juli och augusti i år?



De som planerar att semestra utomlands planerar att semestra 2,5 veckor utomlands i sommar. I den äldsta åldersgruppen (56-80) svarar nära tre fjärdedelar att de inte planerar att semestra utomlands.

Fråga: Vilket påstående stämmer bäst in på dig i sommar i år jämfört med samma period förra året (2020)? "Jag kommer tillbringa..."

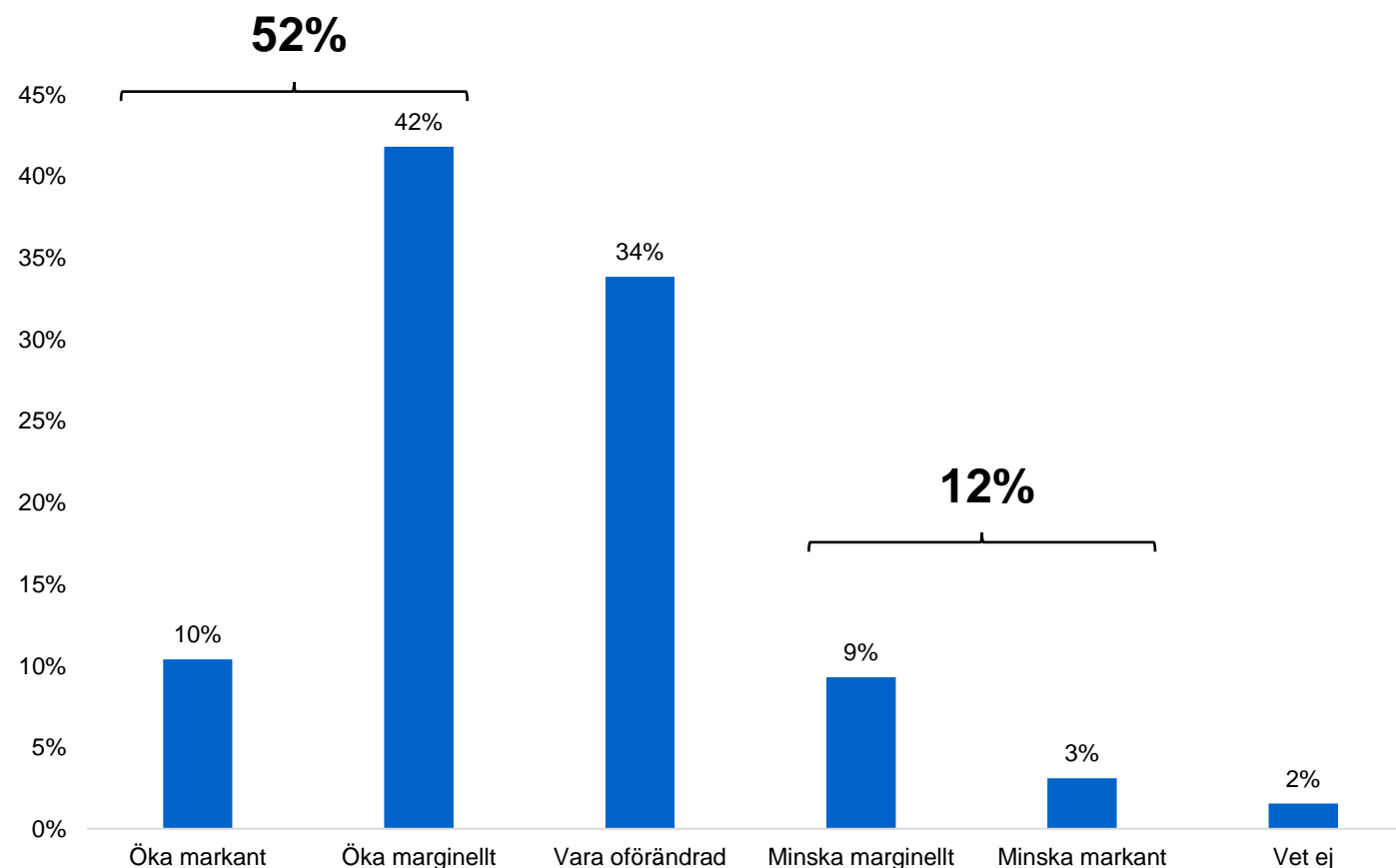


30 procent av respondenterna svarar att de kommer tillbringa mindre tid utomlands i sommar i år jämfört med förra året, medan 20 procent svarar att de kommer tillbringa mer tid utomlands. Det är således fler som planerar att semestra i Sverige i sommar i år jämfört med förra året.

Optimistiska handlare inför årets sommarförsäljning



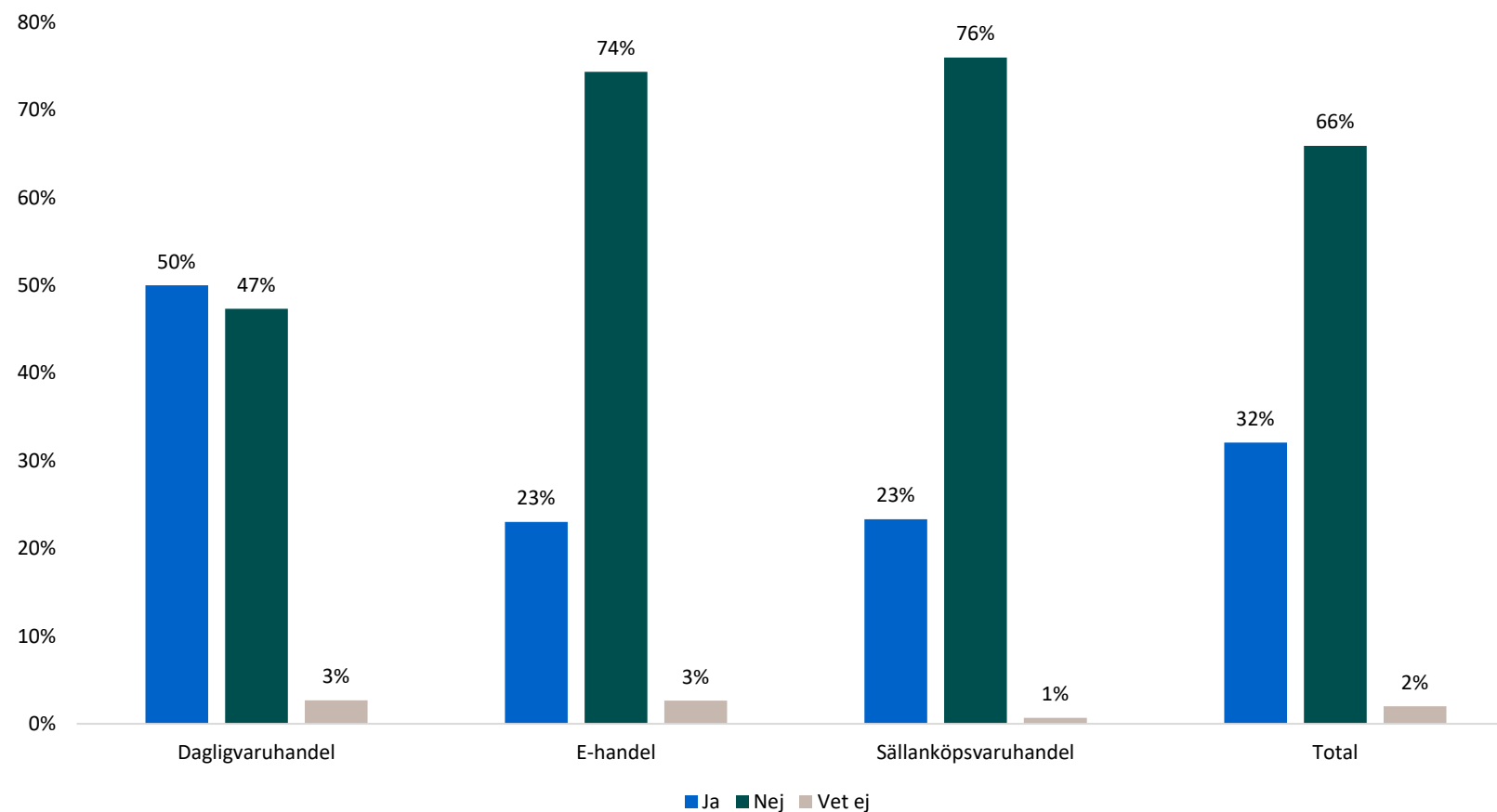
Fråga: Vad tror du om försäljningen i ditt företag under sommarmånaderna juni, juli och augusti i år jämfört med samma period året innan (2020)? "Den kommer..."



I början av juni i år blev handlare ombedda att svara på frågan vad de tror om årets sommarförsäljning jämfört med samma period 2020. En majoritet av handlarna svarar att de tror att försäljningen kommer bli högre. Knappt var åttonde handlare svarar att de tror försäljningen kommer bli lägre.

Lika stor andel handlare som förra året kommer att ta in extrapersonal i sommar

Fråga: Kommer ditt företag att ta in extrapersonal i sommar?



- Trots att osäkerheten kring efterfrågan är stor så är det många butiker som planerar att ta in extrapersonal i sommar. Ofta är det unga personer som får en chans att skaffa sig viktig arbetslivserfarenhet.
- Totalt kommer **32 procent** av alla handlare att ta in extrapersonal i sommar. Det är lika stor andel som förra året. Däremot tar varje butik i genomsnitt in något högre antal personer än förra året.
- Det är framför allt dagligvaruhandeln som står för flest extrajobb i sommar. **Varannan dagligvaruhandlare** anger att de kommer att ta in extrapersonal under sommaren.

Något fler sommarjobbare inom handeln i år jämfört med förra året



32 procent

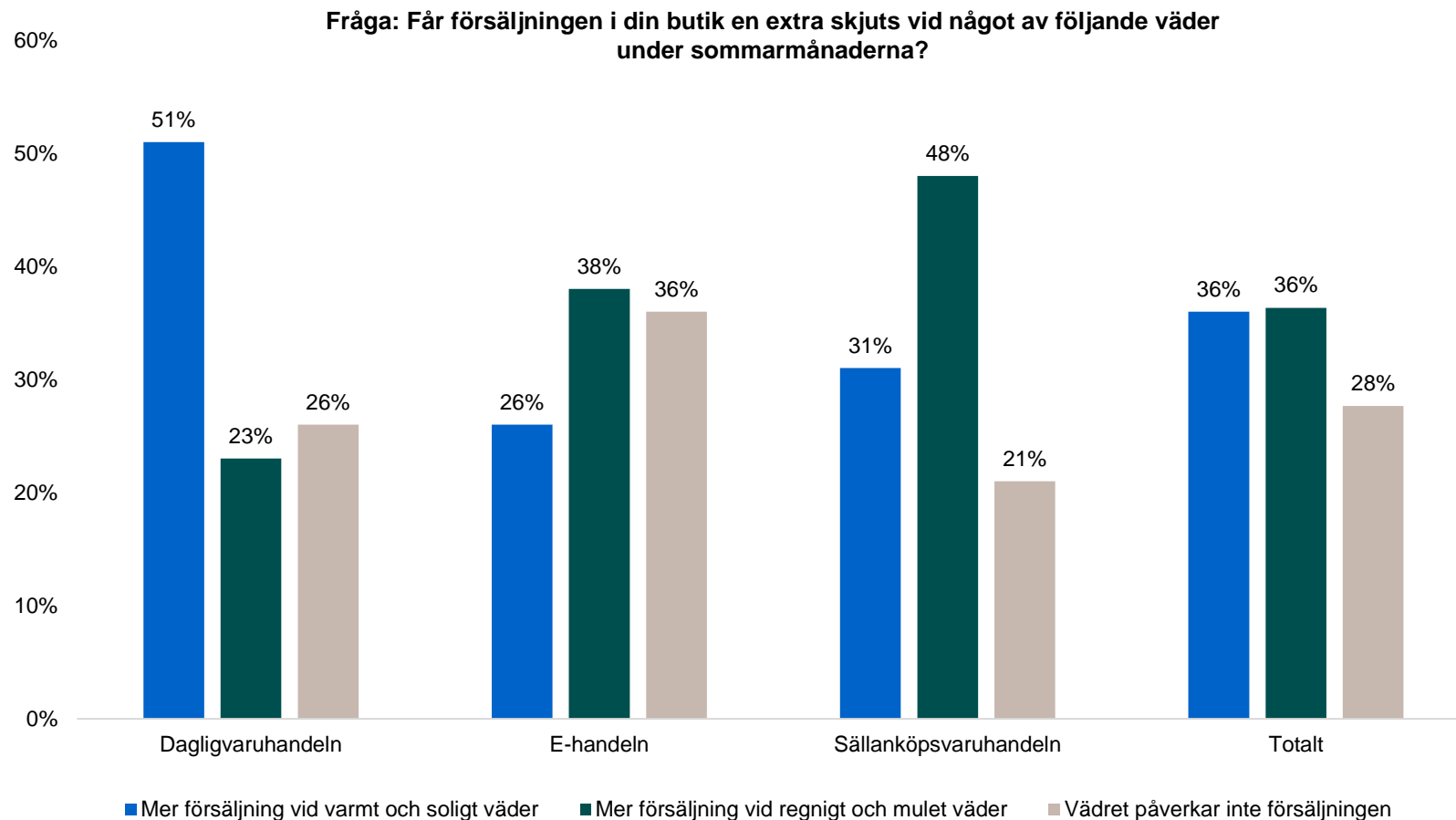
av handlarna har angett att de kommer att ta in extrapersonal under sommaren.

Vi uppskattar att hela detaljhandeln kommer att generera drygt

11 500

extra arbetstillfällen under sommaren. De extra arbetstillfällena syftar till att täcka upp för personal på semester, och för att klara ökad efterfrågan i vissa branscher under sommaren. Förra året uppskattades de extra arbetstillfällena till ca 11.000.

Matbutikerna hoppas på en solig sommar, sällanköpsvaruhandeln gynnas av sämre väder



Soligt väder gynnar försäljningen i dagligvaruhandeln, mulet väder gynnar sällanköpsvaruhandeln och e-handeln.

Storsäljare vid olika väder

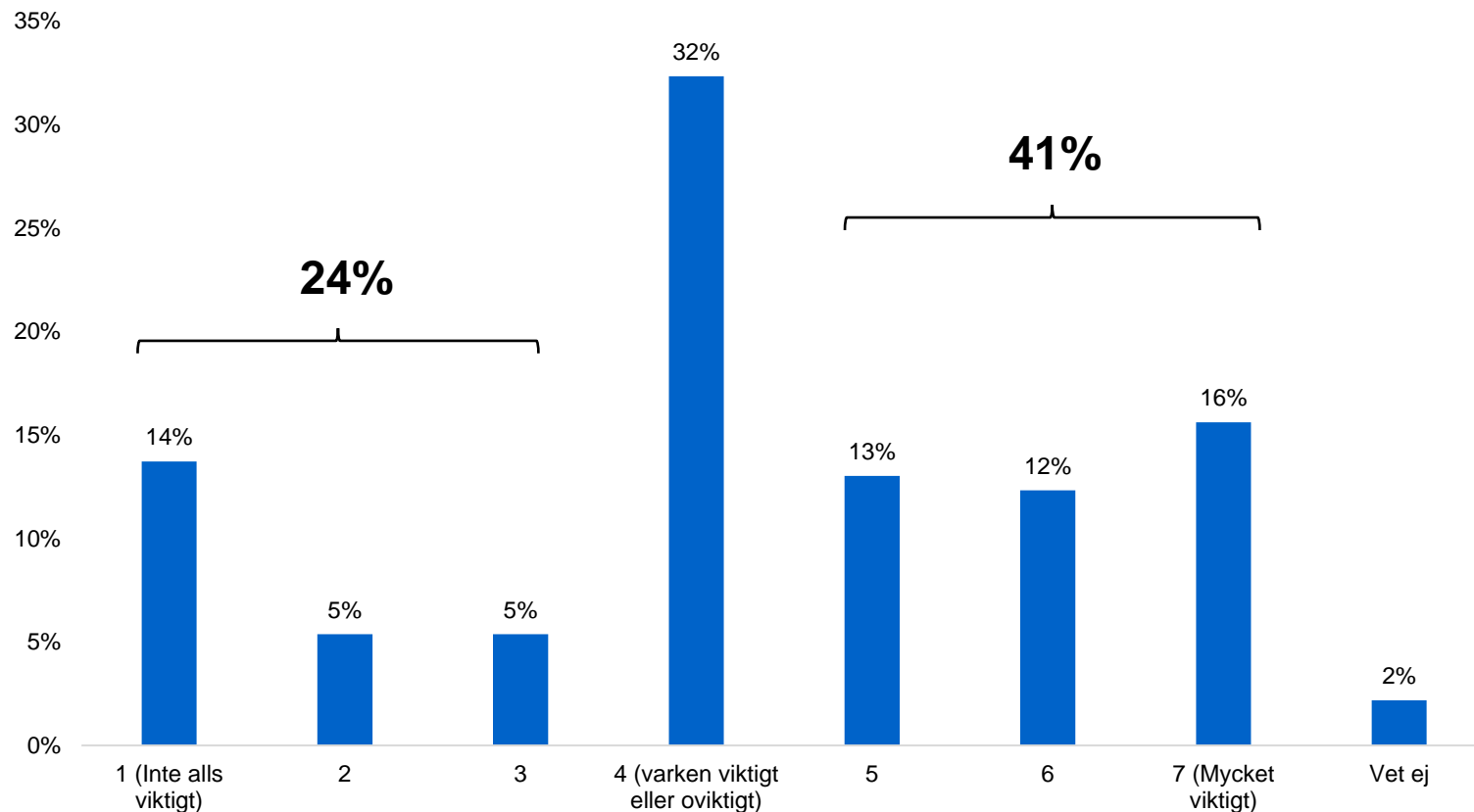


Bransch	Varmt och soligt väder	Kallt och regnigt väder
Dagligvaruhandel	Grillkött och grillprodukter, dricka, glass, frukt och grönt, färdiga sallader	Bakartiklar, chips, färdiggrillat, godis, tidningar, tacos, kaffe, soppor
Bok och papper	Pocketböcker, kartor	Pussel, pocketböcker, pyssel, sällskapsspel
Hemelektronik	AC, fläkt, kolsyremaskiner/kolsyrepatroner, kyl och frys	Infravärme, TV, värmefiltar, värmeelement, avfuktare
Heminredning	Badlakan, dynor, trädgårdsprodukter, grill- och picknicktillbehör	Gardiner, ljus och lyktor, inomhusväxter och inneblommor, paraplyer, garn, hobbymaterial
Järn, bygg och färg	Bad- och strandartiklar, bevattningsprodukter, fläktar, grillar, trall, utomhusfärg, träolja	Inomhusfärg, tapeter, regnkläder och presenningar
Kläder, skor och accessoarer	Linnen, shorts, badkläder, klänningar, sandaler	Stövlar, varmare kläder, stickat, regnkläder, långbyxor och jeans, jackor
Sport och fritid	Badkläder, shorts. Cyklar, fiskekort, grillartiklar, solglasögon	Regnkläder, fleece- och goretexkläder, funktionskläder, paraplyer
Ur, guld och optik	Solglasögon, vristlänkar	Glasögon, kontaktlinser, klockor



Övervägande andel av befolkningen anser att Sveriges nationaldag är viktig att fira

Fråga: Hur viktigt anser du det är att fira Sveriges nationaldag?



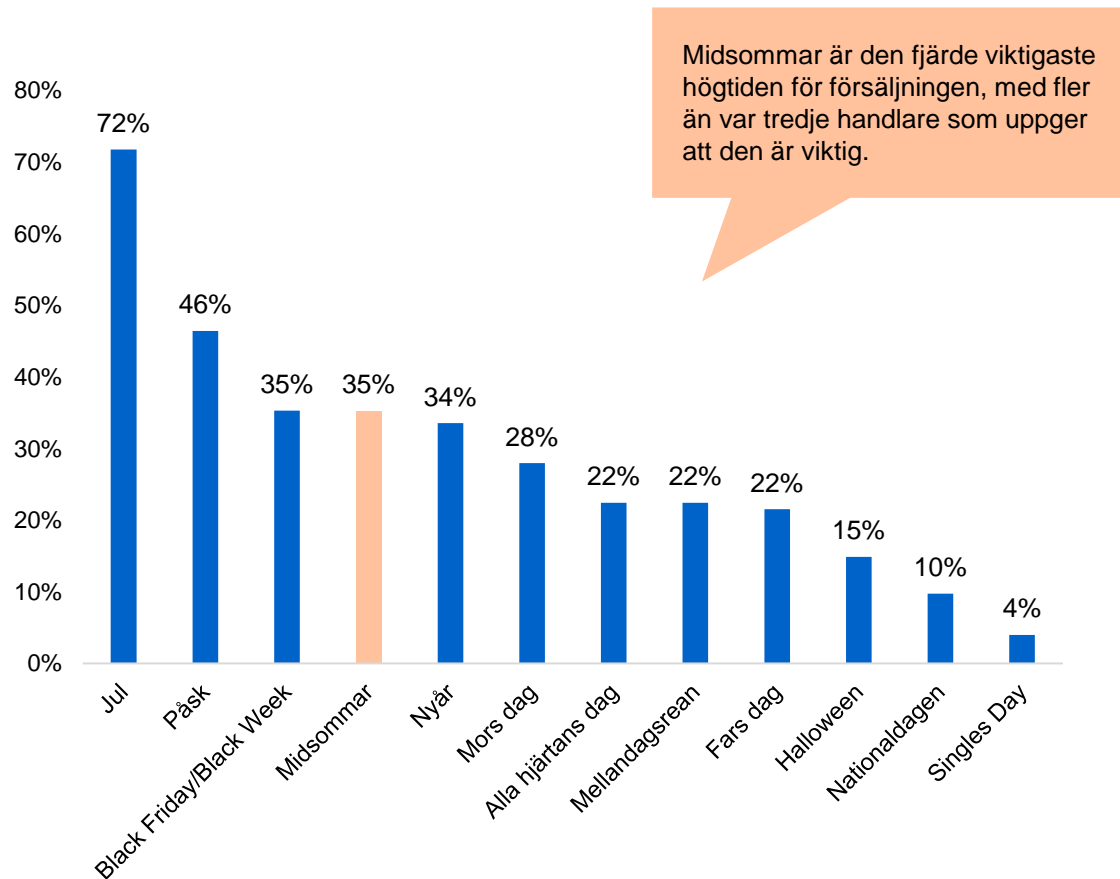
I en av frågorna i konsumentundersökningen, som gjordes i början av juni i år, blev respondenterna ombudda att på en sju-gradig skala svara hur viktigt de anser att firandet av Sveriges nationaldag är. Värdet sju (7) innebär att respondenten anser att det är mycket viktigt att fira Sveriges nationaldag, medan värdet ett (1) innebär att respondenten inte tycker att det är viktigt alls. I snitt angav respondenterna ett värde på 4,3, vilket innebär att en övervägande del av befolkningen anser att Sveriges nationaldag är viktig att fira.

Midsommar

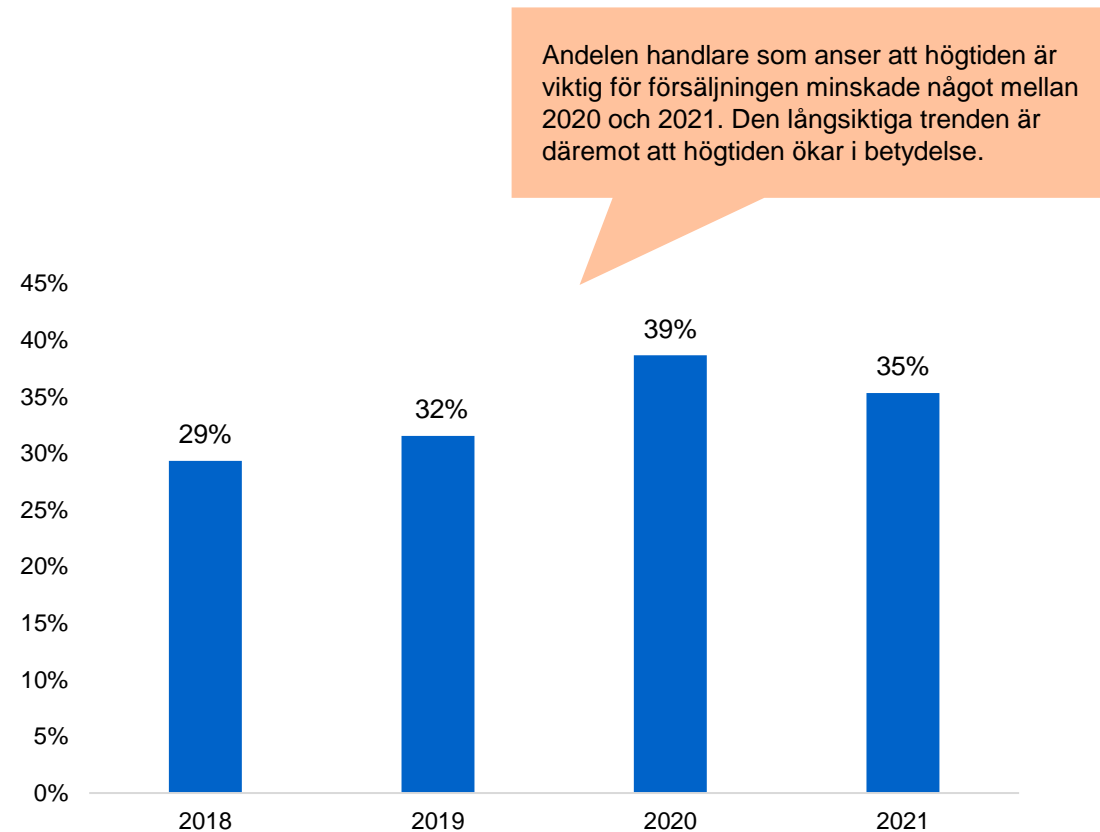
SH



Midsommar är handelns fjärde viktigaste försäljningstillfälle



Fråga: Vilken betydelse anser du att följande helger/högtider/reaperioder har för din försäljning?
I diagrammet redovisas de som svarat antingen "ganska-" eller "mycket viktig"
(Från Handelsbarometern januari 2021)



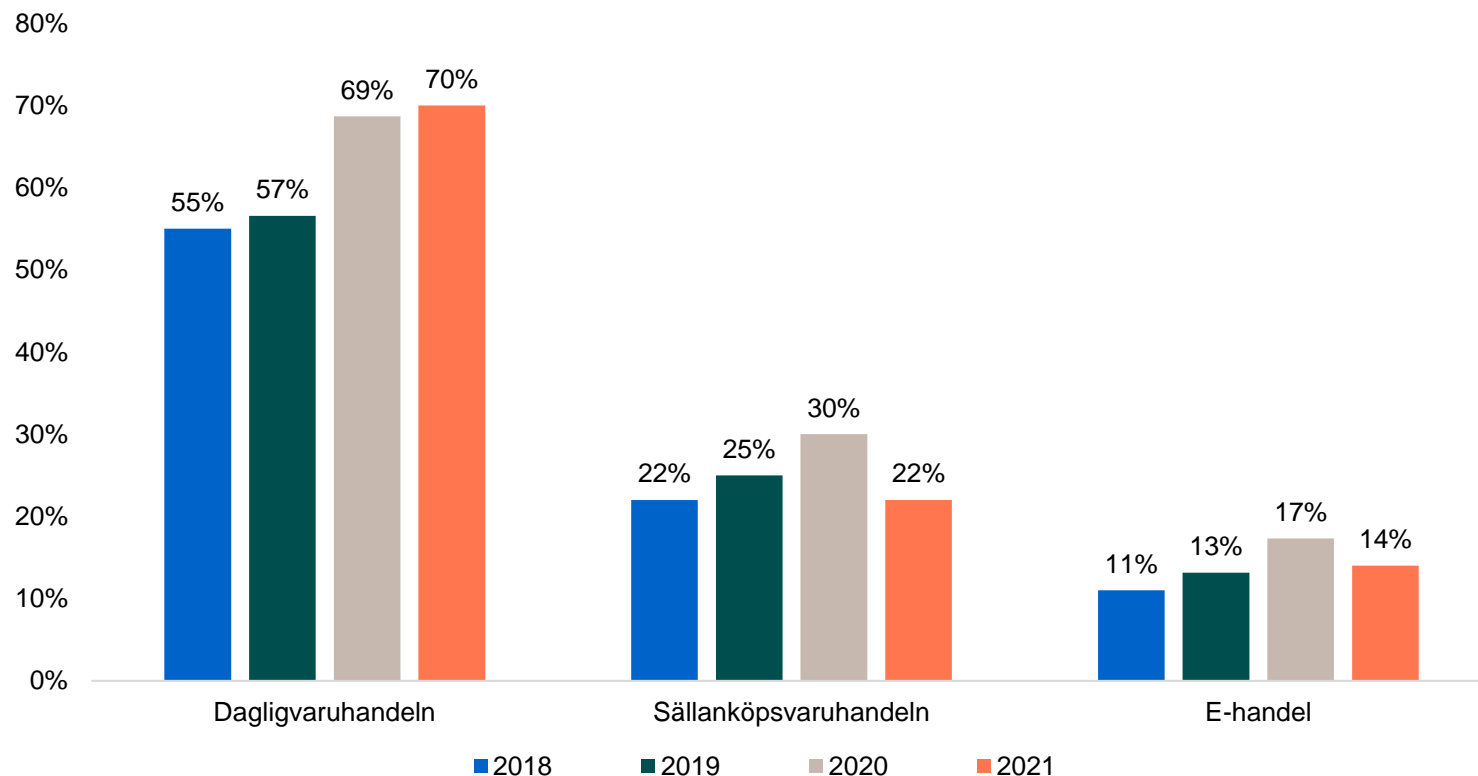
Fråga: Vilken betydelse anser du att följande helger/högtider/reaperioder har för din försäljning?
I diagrammet redovisas de som svarat antingen "ganska-" eller "mycket viktig"
(Från Handelsbarometern januari 2018, 2019, 2020 och 2021)

Midsommar

– en mathögtid av ökad betydelse för dagligvaruhandeln

Vilken betydelse anser du att Midsommar har för försäljningen i din butik?

I diagrammet redovisas de som svarat "viktig"



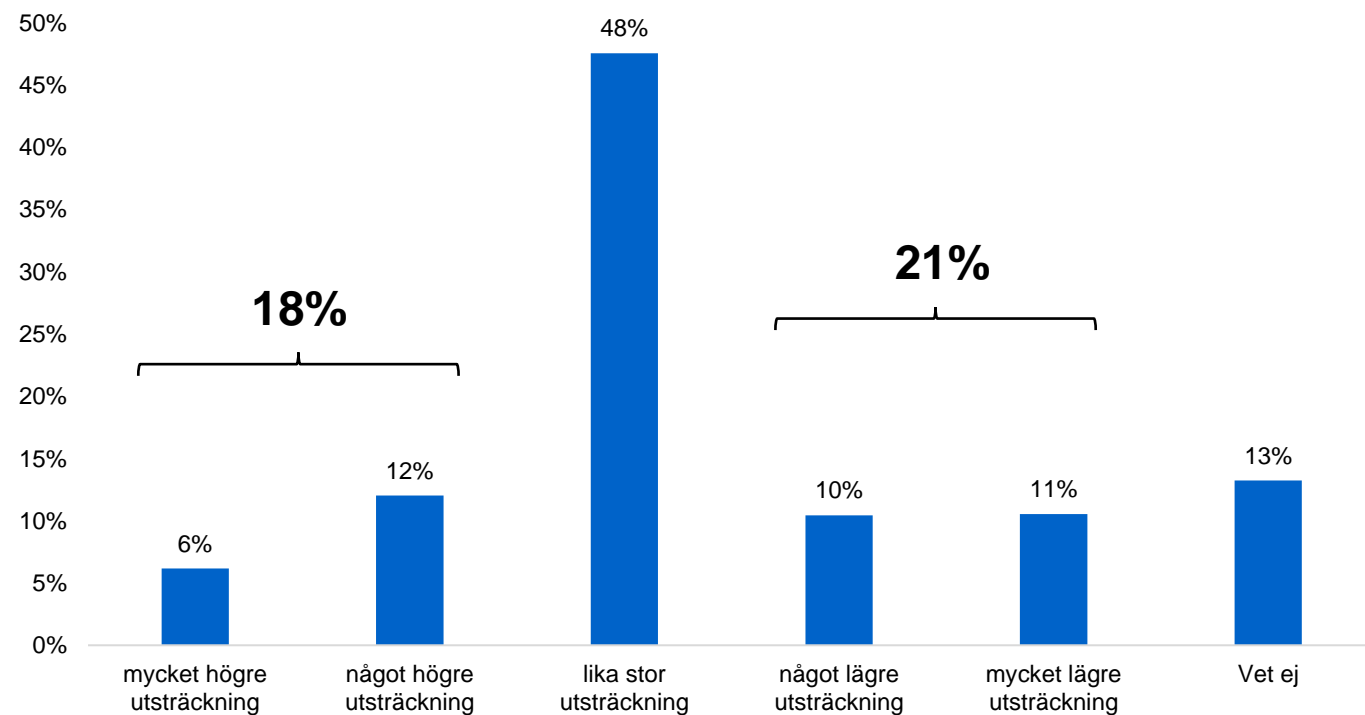
Betydelsen för midsommar som högtid fortsätter att breddas inom dagligvaruhandeln. För fjärde året i rad ökar andelen som anser att högtiden är viktig för försäljningen i denna delbransch.

Bland Sällanköpsvaru- och e-handlare minskar däremot andelen som anser att högtiden är viktig för försäljningen. Störst minskning observeras bland sällanköps-handlare, som backar från knappt var tredje till drygt var femte handlare som anser att högtiden är viktig för försäljningen.

Midsommarfirandet får något mindre omfattning i år än förra året

Fråga: Vilket påstående stämmer bäst in på dig gällande midsommar i år jämfört med förra året (2020)?

"Jag kommer fira midsommar i..."



I konsumentundersökningen som genomfördes i början av juni i år fick respondenterna svara om de planerar att fira midsommar i större, lägre eller oförändrad utsträckning jämfört med förra året. Av svaren framgår att midsommar troligtvis kommer firas i något mindre omfattning i år än förra året.



Livsmedelsförsäljningen väntas öka med 900 miljoner kronor under midsommarveckan

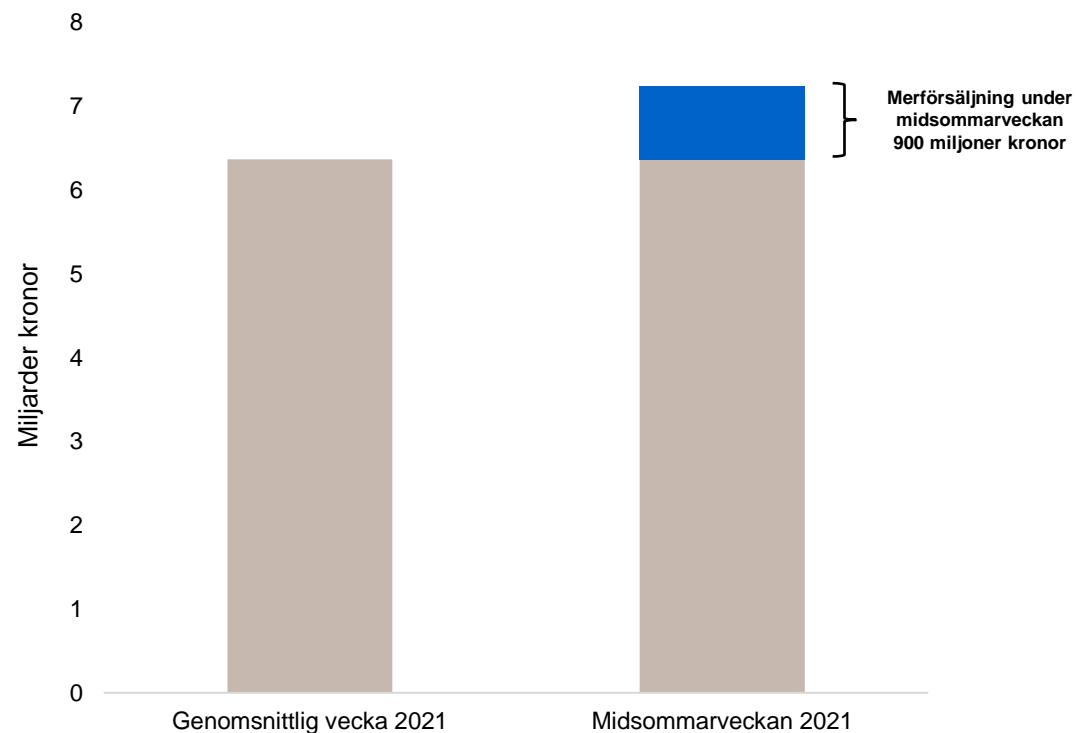


Dagligvaruhandeln är en av de branscher som gynnas av att fler semestrar i Sverige.

Baserat på tidigare års försäljningsmönster väntas livsmedelsförsäljningen under midsommarveckan i år öka med **14 procent**, motsvarande cirka **900 miljoner** kronor, jämfört med en genomsnittlig vecka. Omsättningen av dagligvaror uppskattas växa med **2 procent** under 2021.

Den totala försäljningen i dagligvaruhandeln under midsommarveckan väntas uppgå till **7,2 miljarder kronor**.

Prognos Försäljning i dagligvaruhandeln, mdkr



Dagligvaror som ökar mest under midsommarveckan



Produkter med störst försäljningsökning i *kronor* under midsommarveckan jämfört med en genomsnittlig vecka

KONSERVERAD FISK & SKALDJUR	+ 82 mnkr
FÄRSK FISK & SKALDJUR	+ 66 mnkr
GLASS	+ 49 mnkr
GRÄDDPRODUKTER	+ 36 mnkr
KONSUMENTPACKAT KÖTT	+ 34 mnkr



Produkter med störst försäljningsökning i *procent* under midsommarveckan jämfört med en genomsnittlig vecka

INSEKTSMEDEL	+783%
SILL & ANJOVIS (KONSERV.)	+585%
GRÄDDFIL	+236%
ROM & KAVIAR (KONSERV.)	+209%
FÄRSKA KRYDDOR	+167%
FÄRSK FISK & SKALDJUR	+157%

Dagligvaror som minskar mest under midsommarveckan



Kategorier med störst minskning i procent

FRYST FISK	-36%
MEXIKANSK MAT	-36%
RIS	-33%
NUDLAR	-32%
TE	-25%
PASTA	-22%

- Underlaget är baserat på en konsumentundersökning i juni 2021, extrafrågor i samband med Svensk Handels Handelsbarometer från januari och juni 2021, samt Nielsens 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. Undersökningen som refereras till i denna rapport genomfördes i januari och juni 2021.
- **Konsumentundersökningen** genomfördes som en webbenkät av ett externt undersökningsföretag på uppdrag av Svensk Handel. 1005 personer i Sverige mellan 18 och 80 år deltog. Enkäten stratifieras med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes juni 2021.
- **Nielsen ScanTrack** avser Dagligvaruhandeln exklusive s.k. Hard Discount. Nielsen är ett företag som studerar konsumenter i olika länder för att skapa insikter kring köptrender och mediavanor. Nielsen genomför kontinuerligt undersökningar över försäljningen i dagligvaruhandeln i Sverige. De använder sig av Nielsen ScanTracksom samlar data från kassasystemens avlästa streckkoder. Resultaten från Nielsens undersökningar ligger till grund för delar av analysen i denna rapport. I underlaget som presenteras i denna rapport ingår allt Nielsen mäter utom tobak & tidningar.

Kontaktuppgifter

För mer information:

Johan Davidson, chefsekonom Svensk Handel, 070-698 39 02

Amina Kaplan, Analytical Consultant Nielsen, 076 695 39 84

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

För frågor om innehållet i rapporten kontakta:

Brill Ivarsson, analytiker Svensk Handel, 076- 698 30 09

