

Svensk Handels Julrapport

I samarbete med Nielsen

Sammanfattning

- Julen är handelns viktigaste försäljningsperiod under året. **6 av 10 handlare** anser att julhandeln är viktig för försäljningen.
- Enligt Svensk Handels prognos kommer vi i Sverige att köpa **julklappar** för **23 miljarder kronor** i år. Det motsvarar omkring 3300 kronor per person som köper julklappar.
- **Merförsäljningen** för detaljhandeln under december stannar dock på **15 miljarder kronor** jämfört med en genomsnittlig månadsförsäljning. Ungefär 3 miljarder kronor av julklappsköpen har skett redan i november, och ca 5 miljarder kronor av julklappsköpen är en omfördelning av köp som under andra månader går till annan "egen" konsumtion.
- Decemberhandeln fortsätter att växa. Men sedan 2016 växer den något långsammare än ekonomin i övrigt.
- Leksakshandeln får störst uppsving under julhandeln, följt av guld- och smyckeshandeln samt bokhandeln.
- Statskassan drygas ut i samband med julhandeln. **29 miljarder kronor** väntas handeln generera i skatteintäkter under december. Julhandeln väntas också medföra **15.000-20.000** extra jobbtillfällen.
- Miljö och hållbarhet är allt viktigare på julbordet. Omkring **varannan person** anser att miljö- och hållbarhetsaspekter är viktiga när de handlar julmat.
- 36 procent av konsumenterna köper *majoriteten* av sina julklappar online. **Nästan 60 procent** kommer att köpa *några* julklappar på nätet och var åttonde person planerar att köpa julklappar från utländska näthandlare.
- Allt fler konsumenter köper julklappar på nätet. Men fortfarande köper **varannan person** julklappar i butiker där de bor.

Julhandeln i siffror





79,7

miljarder kronor är
detaljhandelns be-
räknade omsättning i
december 2018

23

Miljarder kronor
väntas svenskarna
totalt köpa julklappar
för 2018

3300

Kronor väntas
svensken i genomsnitt
köpa julklappar för
2018

15

Miljarder kronor
i merförsäljning
totalt under
december

Julhandeln ger klirr i statskassan



Antal miljarder kronor som detaljhandeln väntas generera i momsintäkter till följd av merförsäljning under december 2018.



Antal miljarder kronor som detaljhandeln prognostiseras bidra med i skatteintäkter under december 2018.



Antal miljarder kronor som detaljhandeln prognostiseras bidra med i skatteintäkter under 2018.

Många kommer in på arbetsmarknaden under julhandeln

Julen är årets mest intensiva period för många handlare. För att möta ett ökat kundtryck under jul- och nyårshelgen tar nästan **tre av 10** handlare in extrapersonal. Ofta är det unga personer som får in foten på arbetsmarknaden.



28%

Av alla handlare
planerar att ta in
extrapersonal.

I genomsnitt
kommer dessa ta in

2

personer extra under
julen

Totalt skapar
julhandeln

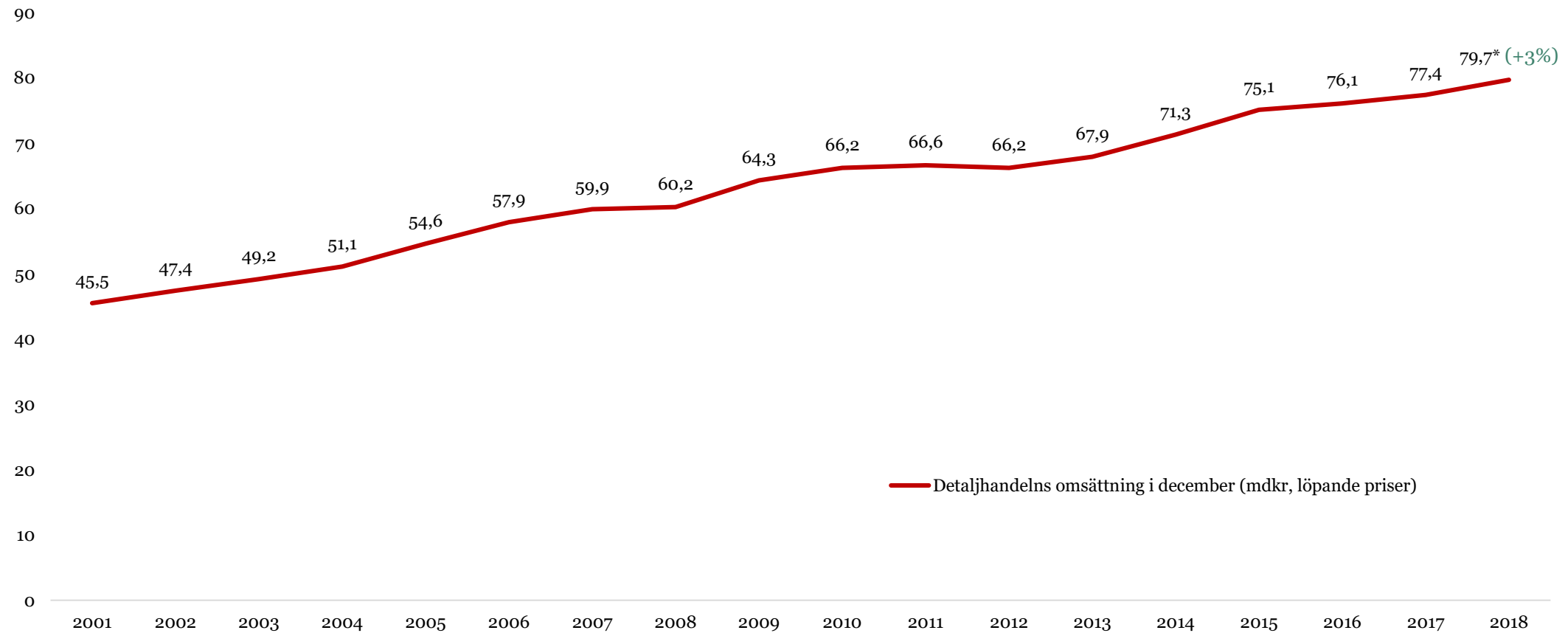
15 000-

20 000

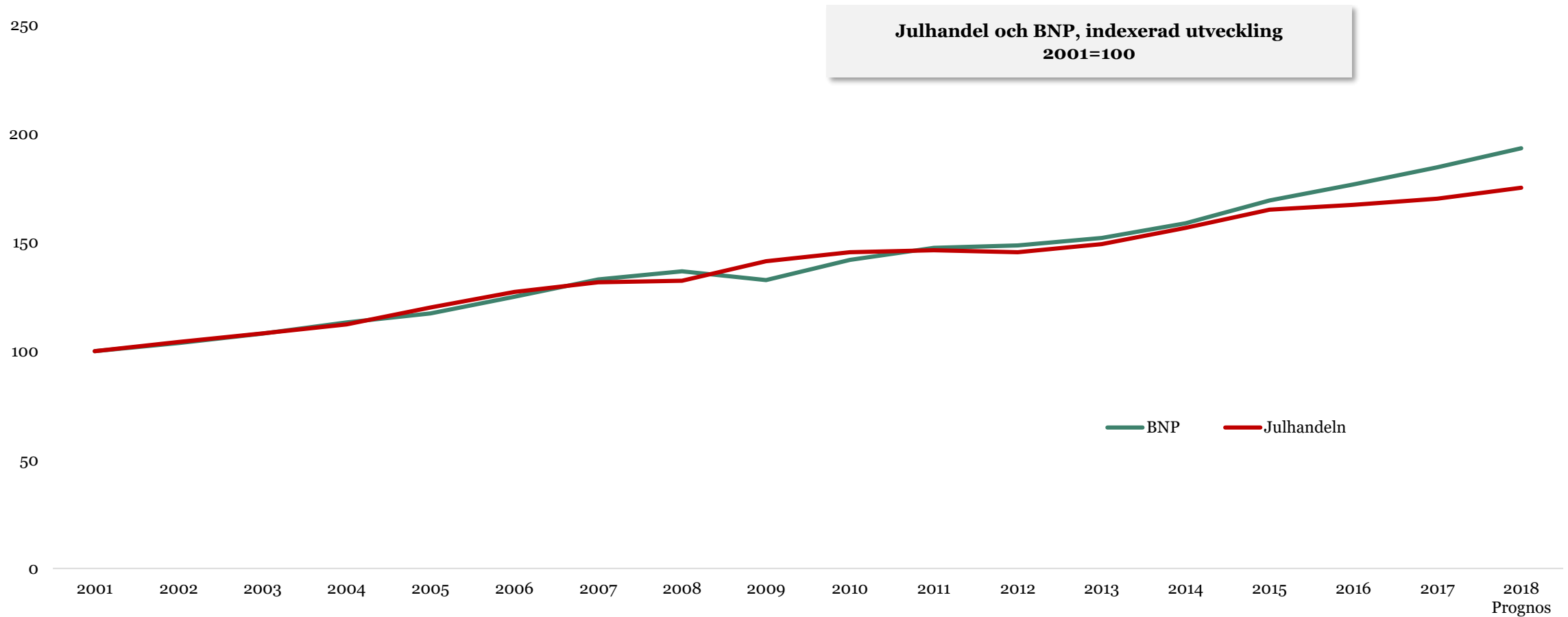
extra jobbtilfällen

Julhandelns omsättning ökar när ekonomin och befolkningen växer...

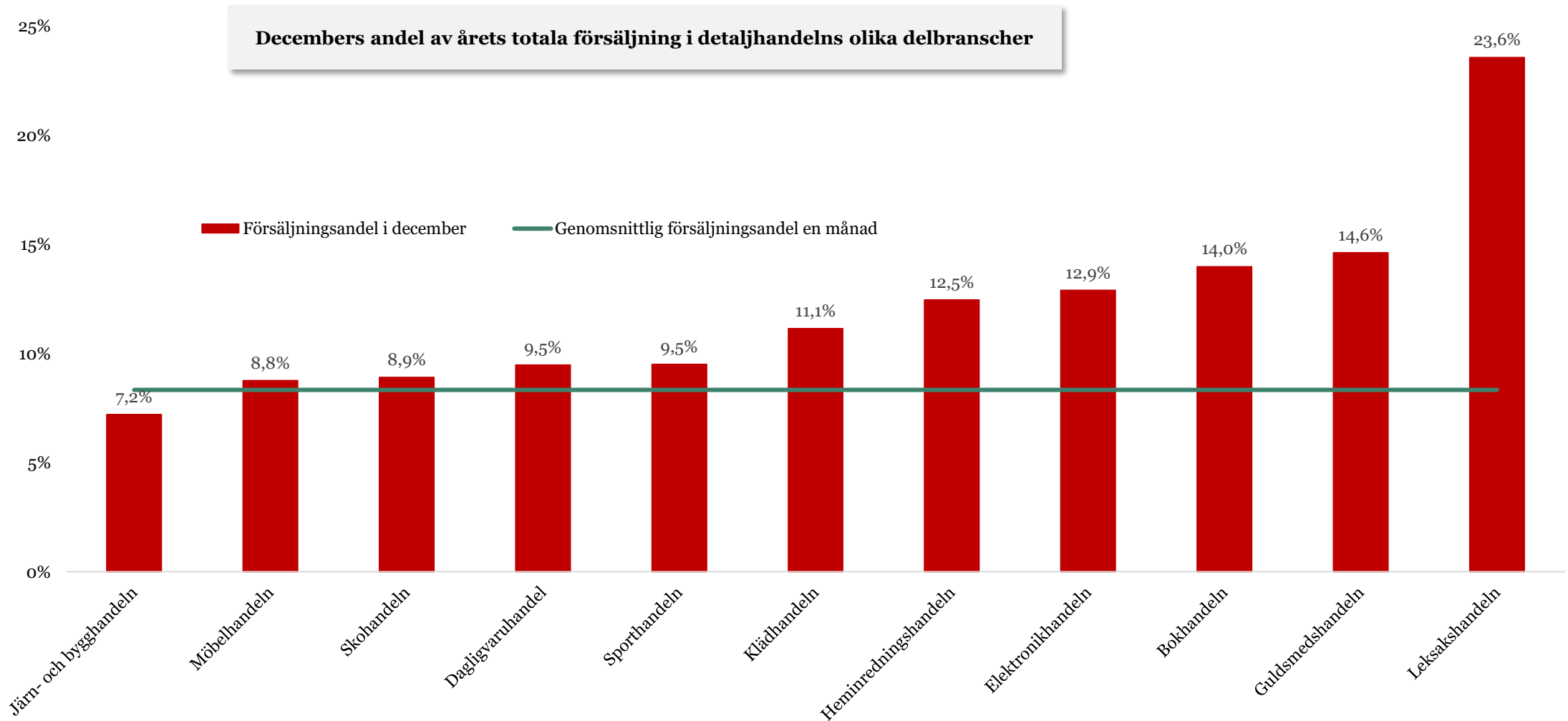
Miljarder kronor



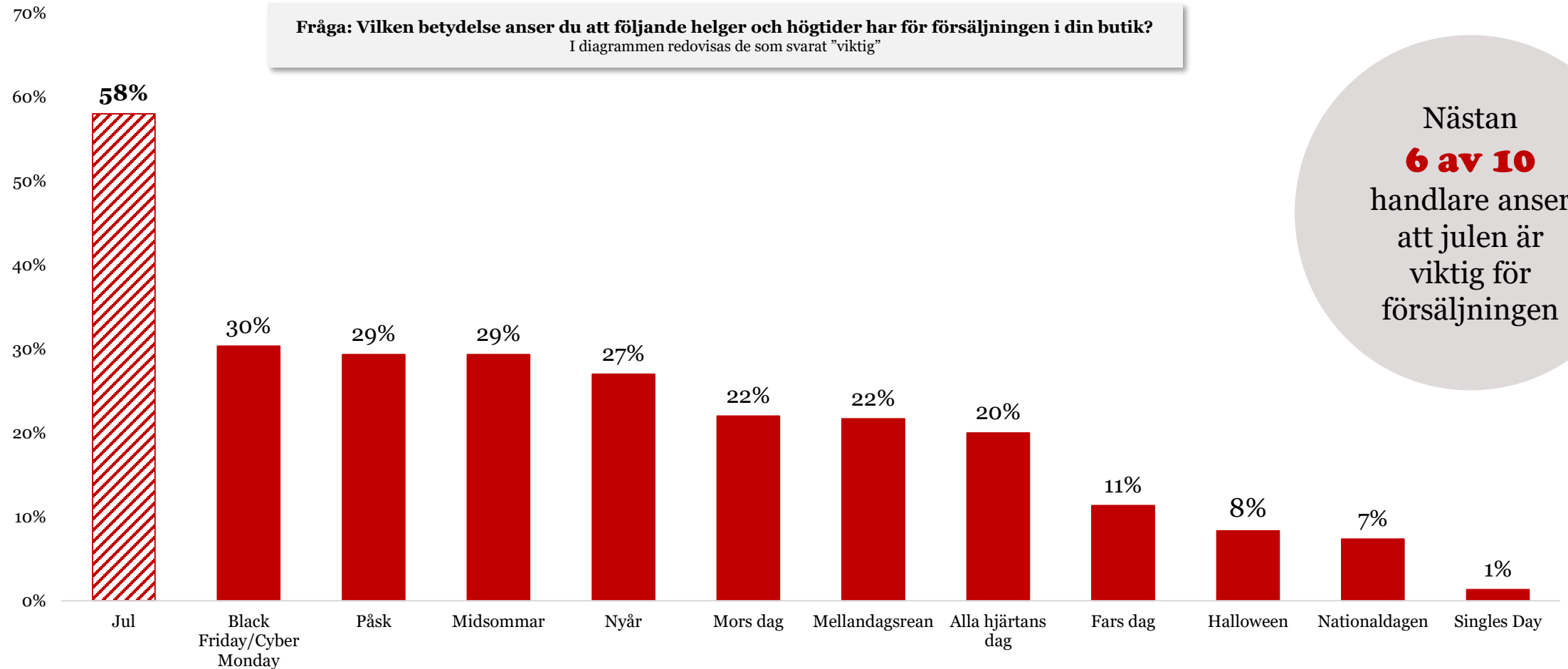
... men utvecklas något svagare än den svenska ekonomin sedan 2016



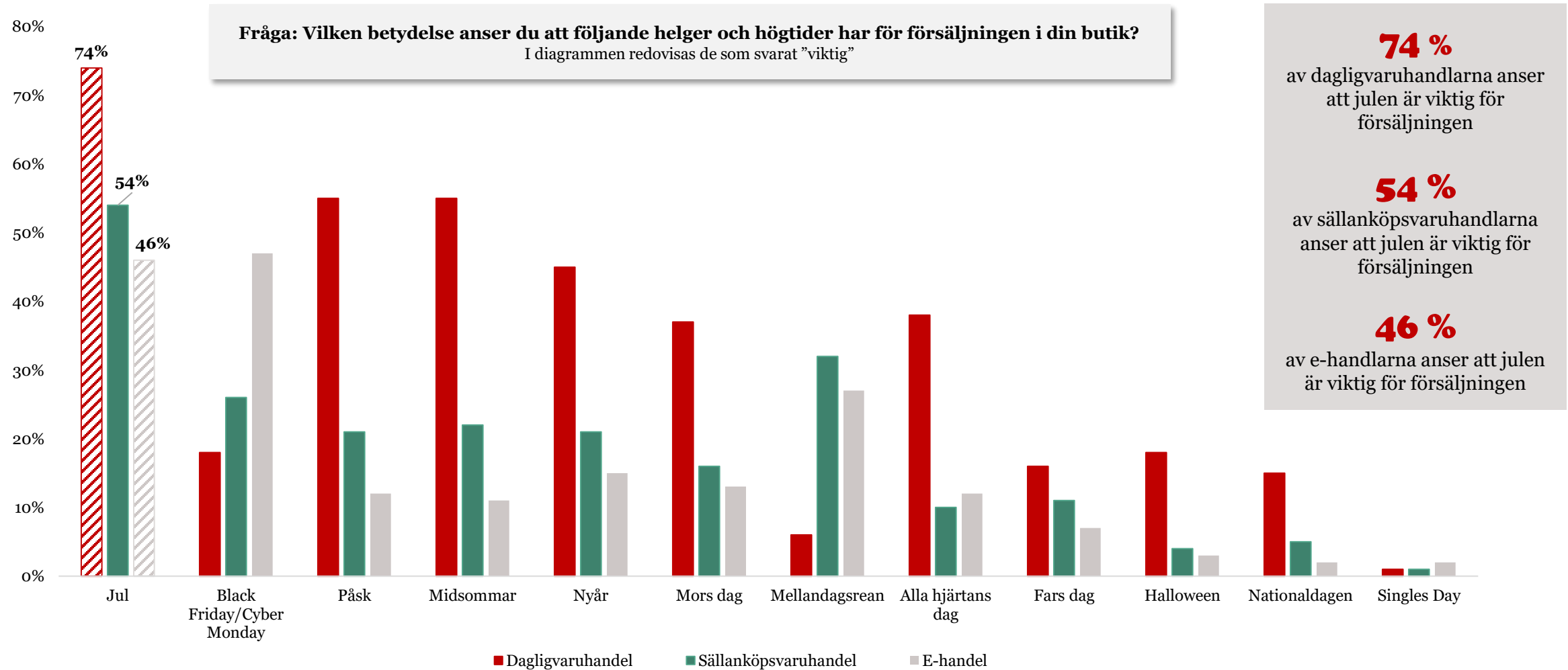
Leksakshandeln får störst uppsving av julhandeln



Handelns viktigaste högtid



Julen särskilt viktig för dagligvaruhandeln



Försäljningen inom dagligvaruhandeln ökar

Julen är mycket viktig för dagligvaruhandeln. Under julveckan (vecka 51) har det i snitt sålts 27 procent mer än en genomsnittlig vecka de senaste tre åren. Till jul köper vi kött och sött. *Julskinkan* är en stark drivfaktor bakom den starka köttsäsongen och *praliner* driver konfektyr.

Den totala
försäljningen i
dagligvaruhandeln
ökade med 8,8% (i
värde) under
julveckan 2017
jämfört med 2016.

Under de senaste
åren har julveckan
i snitt sålt för
27 % mer än en
genomsnittlig
vecka

Konfektyr sålde 109%
mer under julveckan 2017
jämfört med en
genomsnittlig vecka.

Kött sålde 76 % mer under
julveckan 2017 jämfört med
en genomsnittlig vecka

Djupfryst sålde 12 %
mindre än en genomsnittlig
vecka

Julhandeln – vad tycker konsumenterna och hur handlar de?



Roligare att ge än att få julklappar

Fler blir glada av att ge än att få julklappar. Nästan **8 av 10** blir glada av att ge julklappar samtidigt som cirka **6 av 10** uppger att de blir glada av att få julklappar.

Jag blir glad av att ge julklappar

79%

(2017: 71%)
Blir glada av att **ge**
julklappar

Fråga: Hur väl
instämmer du i
följande påståenden?

Svaren som redovisas är
de som angett "Instämmer
helt" samt "Instämmer i
hög grad".

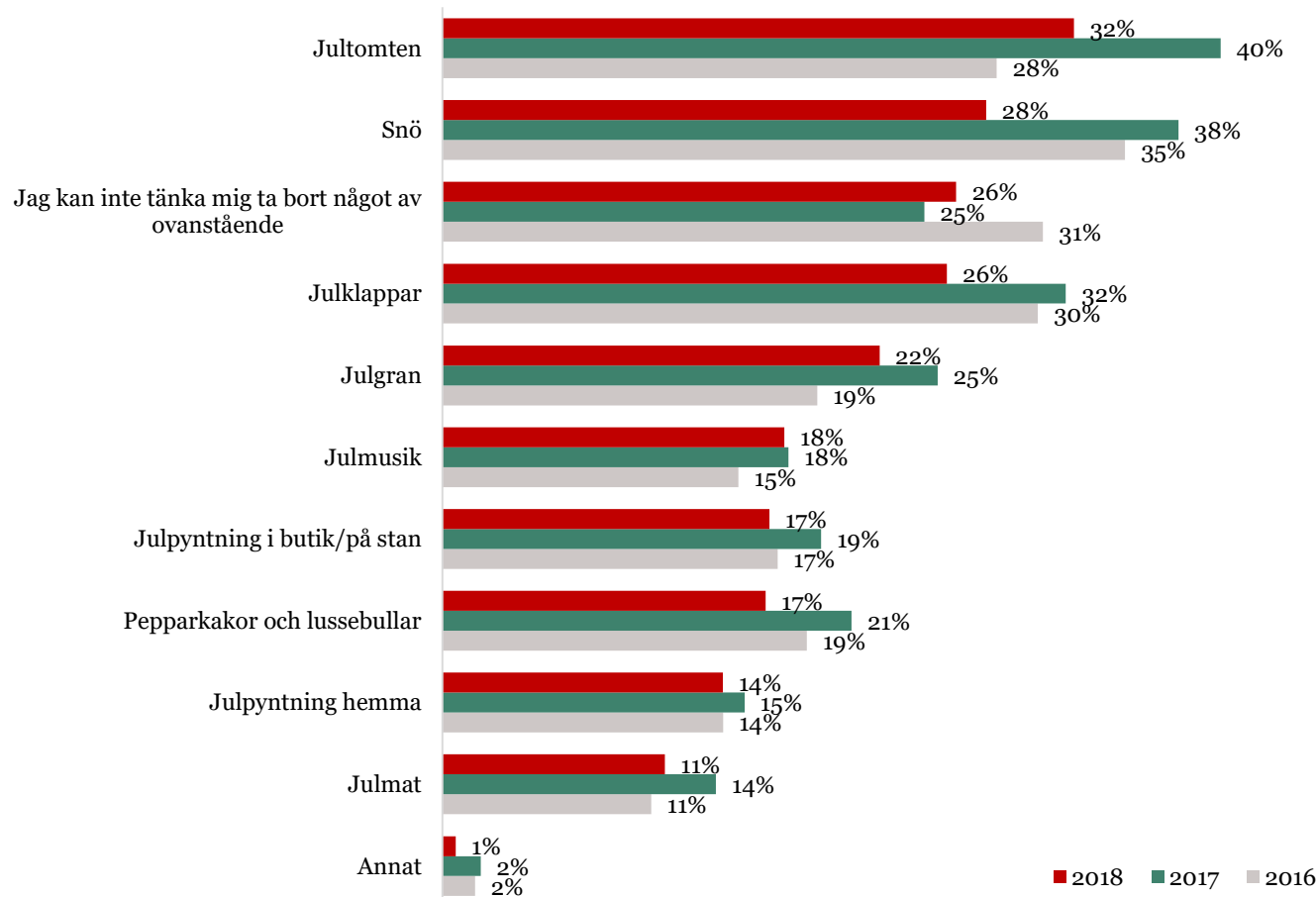
Jag blir glad av att få julklappar

56%

(2017: 57%)
Blir glada av att **få**
julklappar

Julmat, pynt och lussebullar viktigast för att skapa en "riktig jul"

Fråga: Vad av följande skulle du kunna ta bort och fortfarande kalla julen för "en riktig jul"?



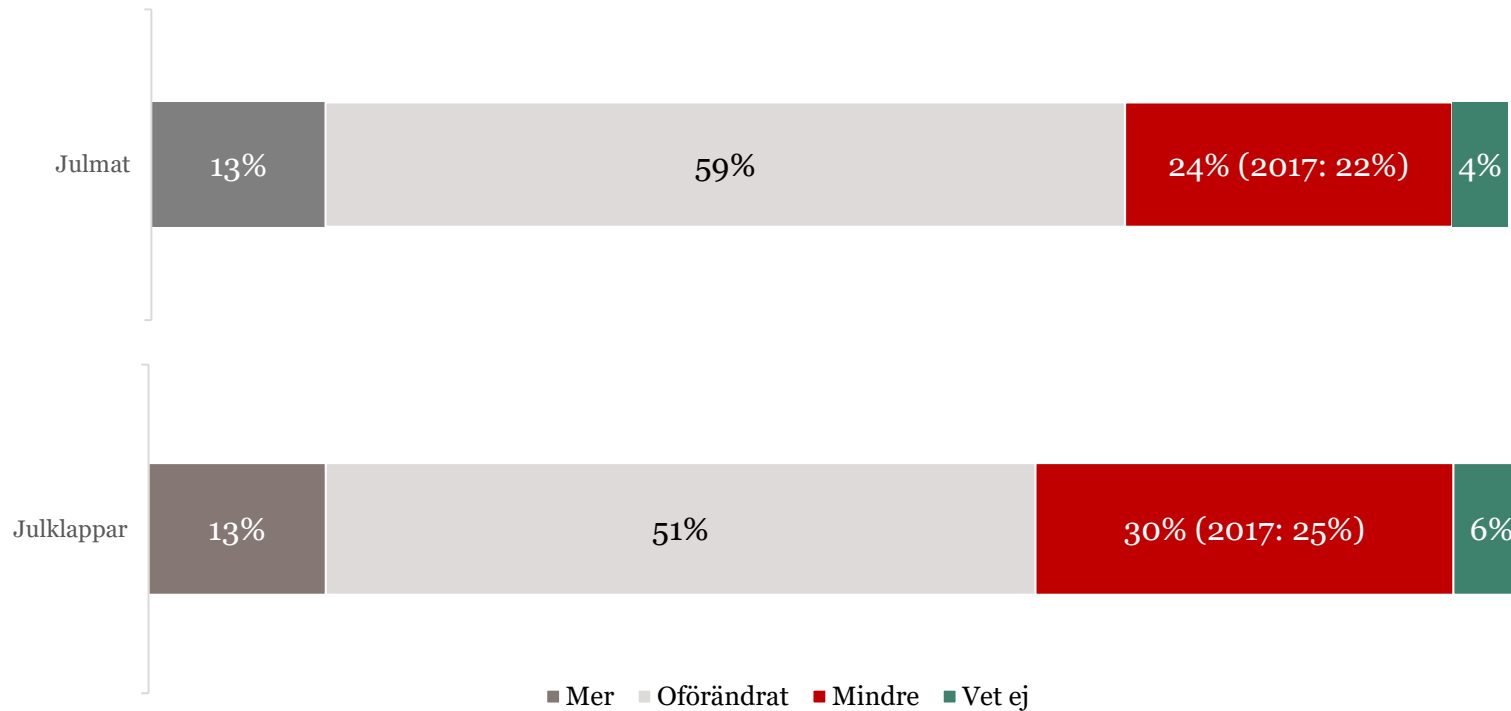
Har jultomten blivit av med huvudrollen?

Julmat, julpynt, pepparkakor och lussebullar har en särskilt viktig plats under julen. Få kan tänka sig att ta bort dessa och fortfarande kalla det för "en riktig jul".

Drygt **3 av 10** personer i årets undersökning anser att jultomten skulle kunna tas bort. Det är något färre än förra året, då ansåg **4 av 10** personer att jultomten kunde tas bort. Det finns fortsatt hopp för jultomten!

Fler har ambitionen att dra ner på julkonsumtionen i år

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

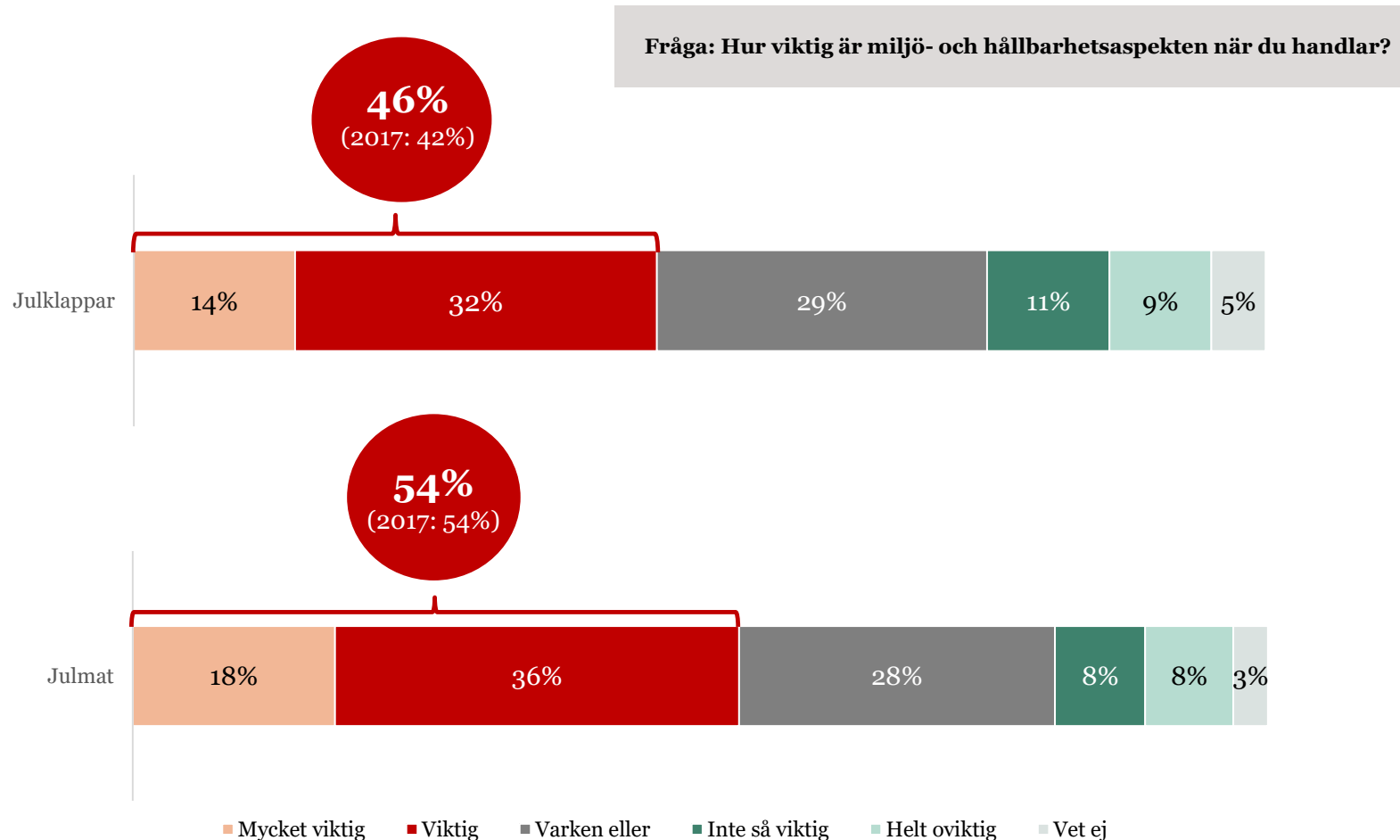


Planer för minskad julhandel

Konsumenten anger, precis som förra året, att de tänker dra ned på såväl julklappar som julmat. Trots det förväntas julhandeln växa.

En förklaring kan vara att man tänker köpa färre men dyrare saker. En annan förklaring är att man köper mer än vad man planerar.

Miljö och hållbarhet allt viktigare på julbordet

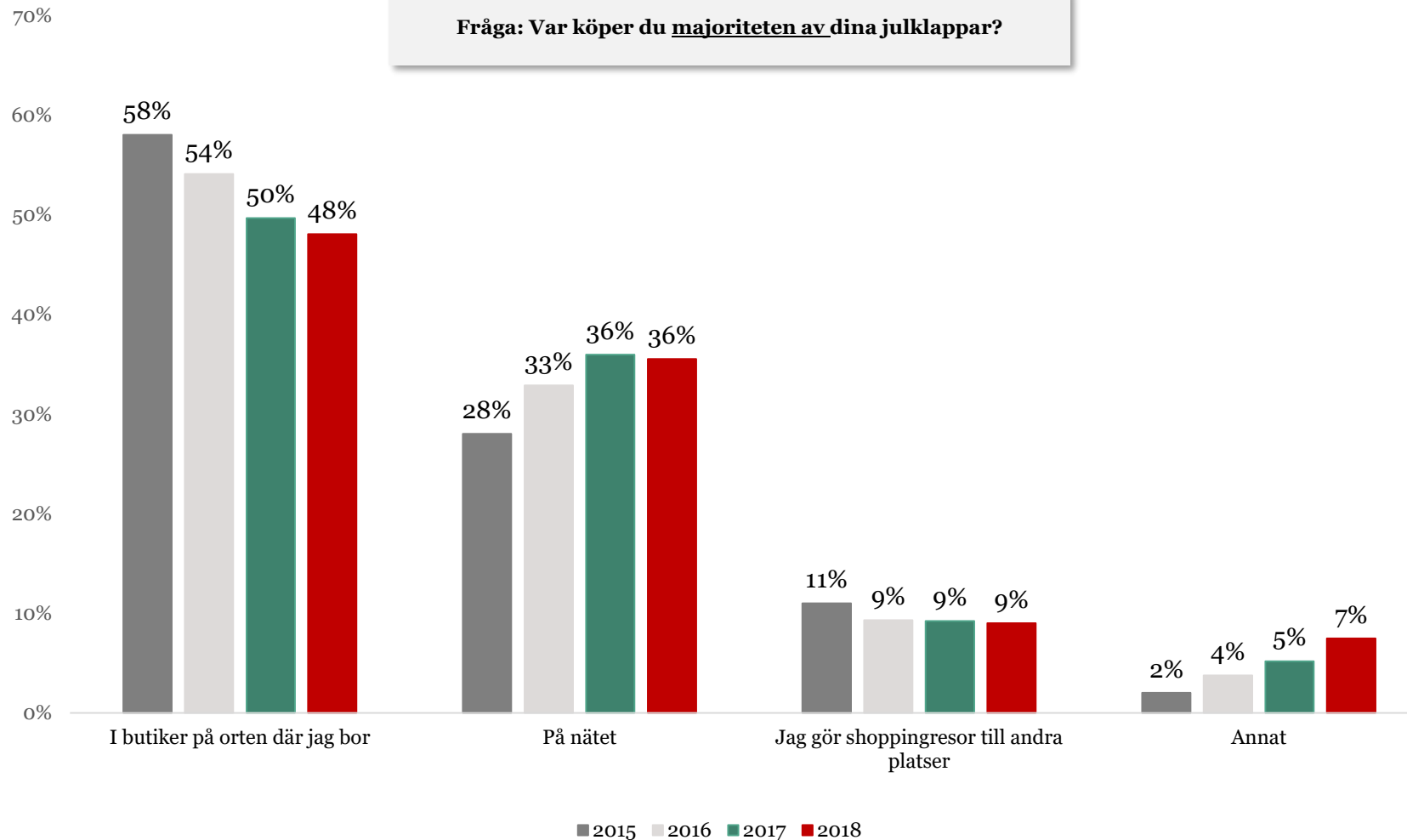


Miljö och hållbarsaspekter viktiga

Svenska konsumenter väger i allt högre utsträckning in miljö och hållbarhet vid köp av alla typer av varor. Miljö- och hållbarhetsaspekter är särskilt viktiga när det kommer till julmat. Omkring varannan person anser att miljö- och hållbarhet är viktig när de handlar inför julen.

Miljö- och hållbarhetsaspekten har blivit viktigare när det kommer till att handla julklappar. Förra året svarade **42%** att de ansåg att hållbarhet var viktigt, i år är motsvarande siffra **46%**.

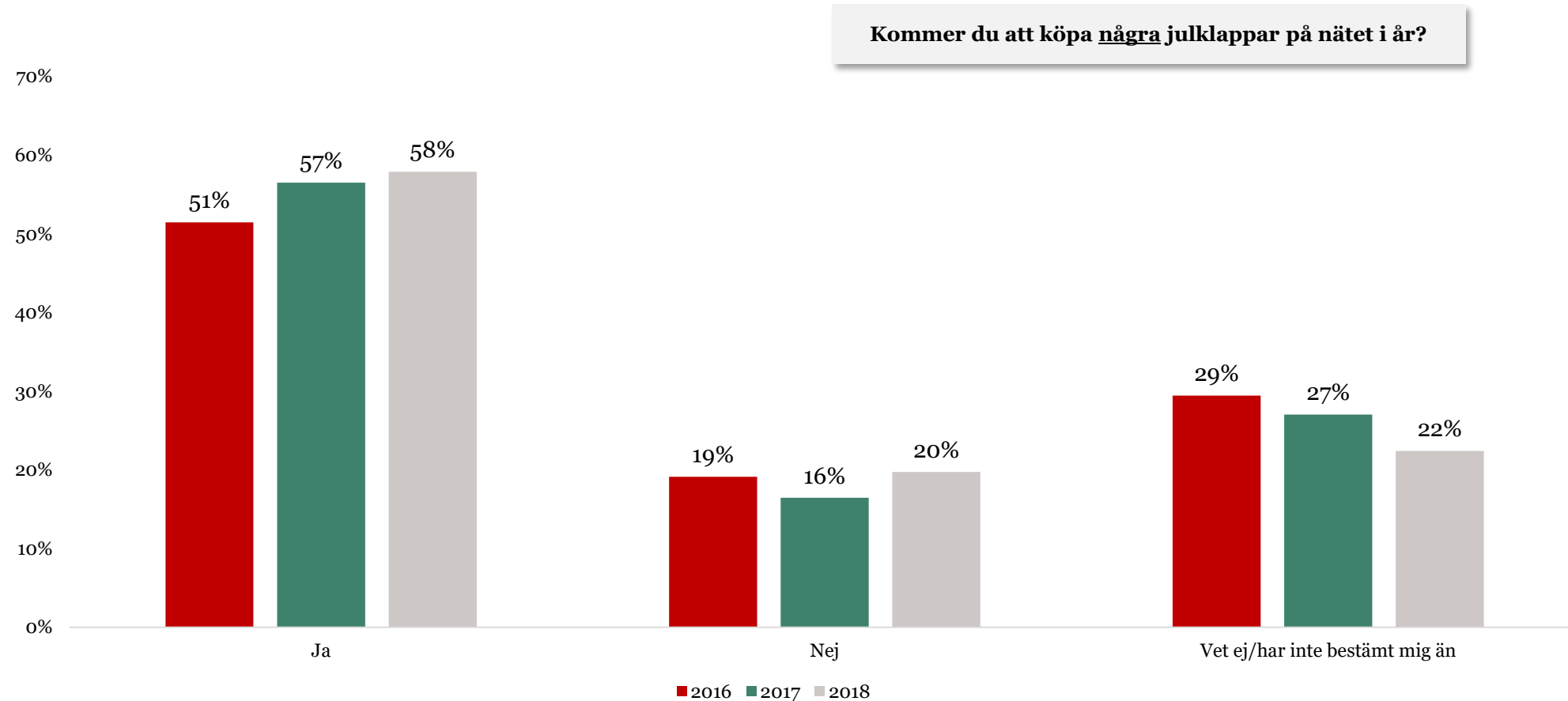
Allt färre köper julklapparna i butiker där de bor



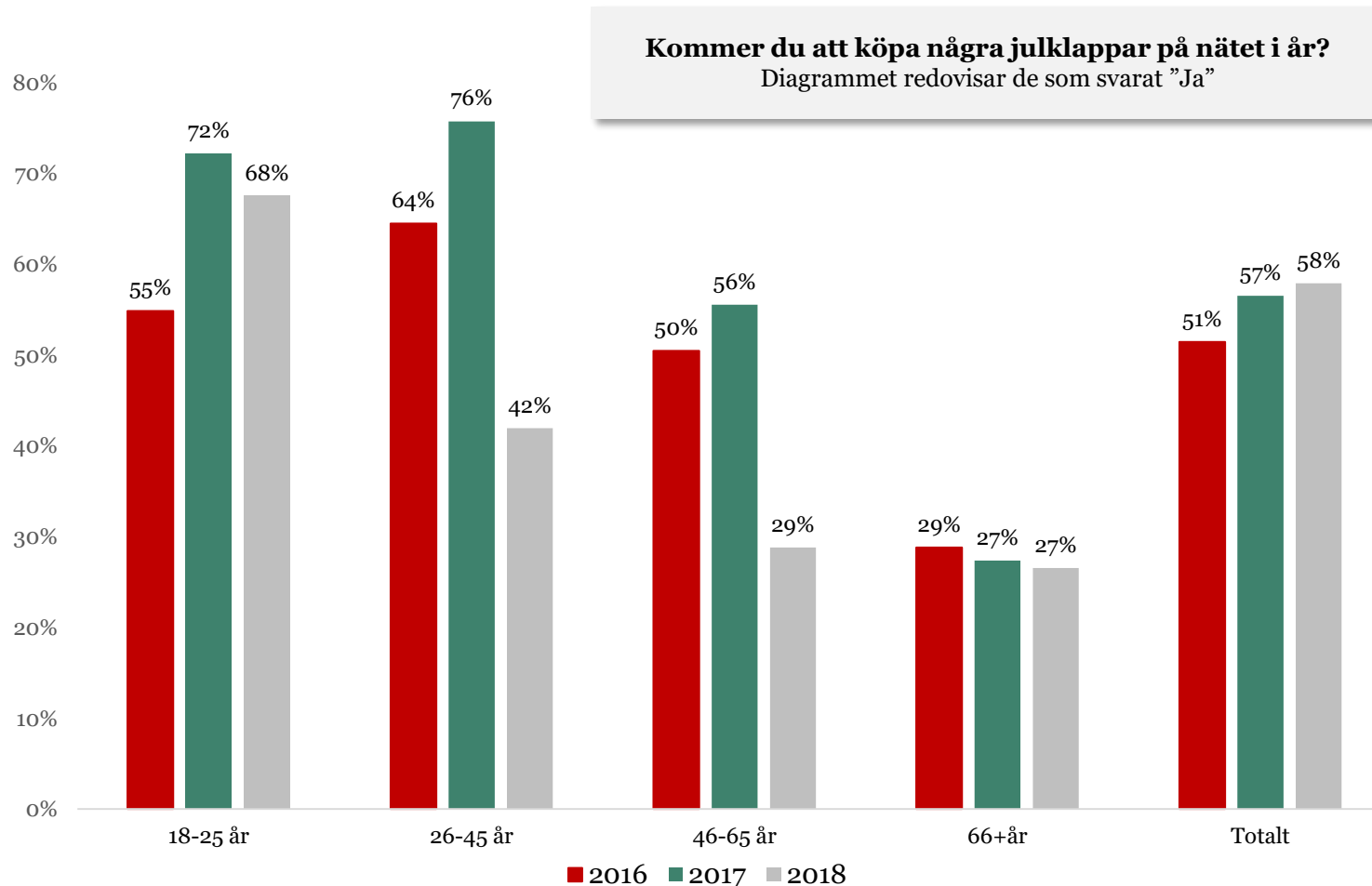
I år planerar **36 %** att köpa majoriteten av sina julklappar på nätet.

Fortfarande köper **nästan varannan** konsument majoriteten av julklapparna i butiker på orten där de bor, men trenden är nedåtgående.

Fler än hälften planerar att köpa några av sina julklappar på nätet



Vanligast för unga att köpa julklappar på nätet

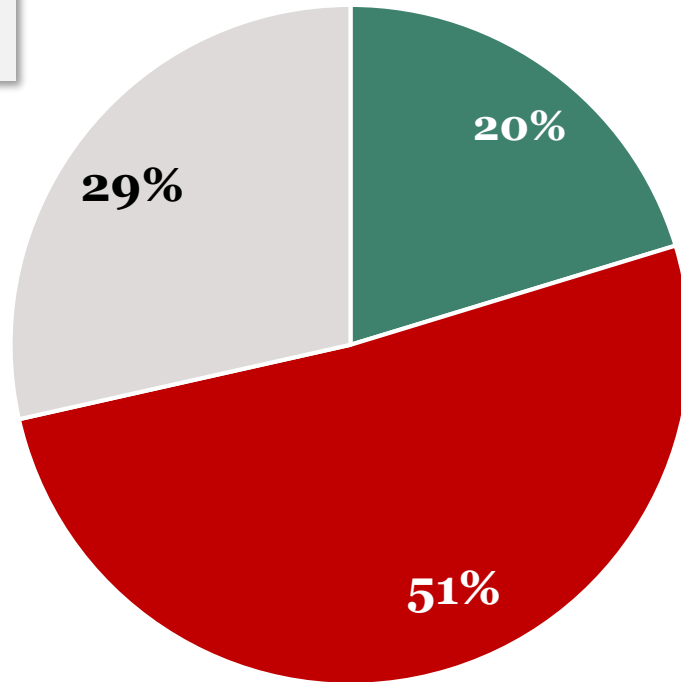


Nästan
7 av 10 personer
i åldern 18-25 år
planerar att köpa
julklappar på nätet i
år.

Samtidigt planerar
nästan
3 av 10 personer
över 65 år att handla
julklappar på nätet.

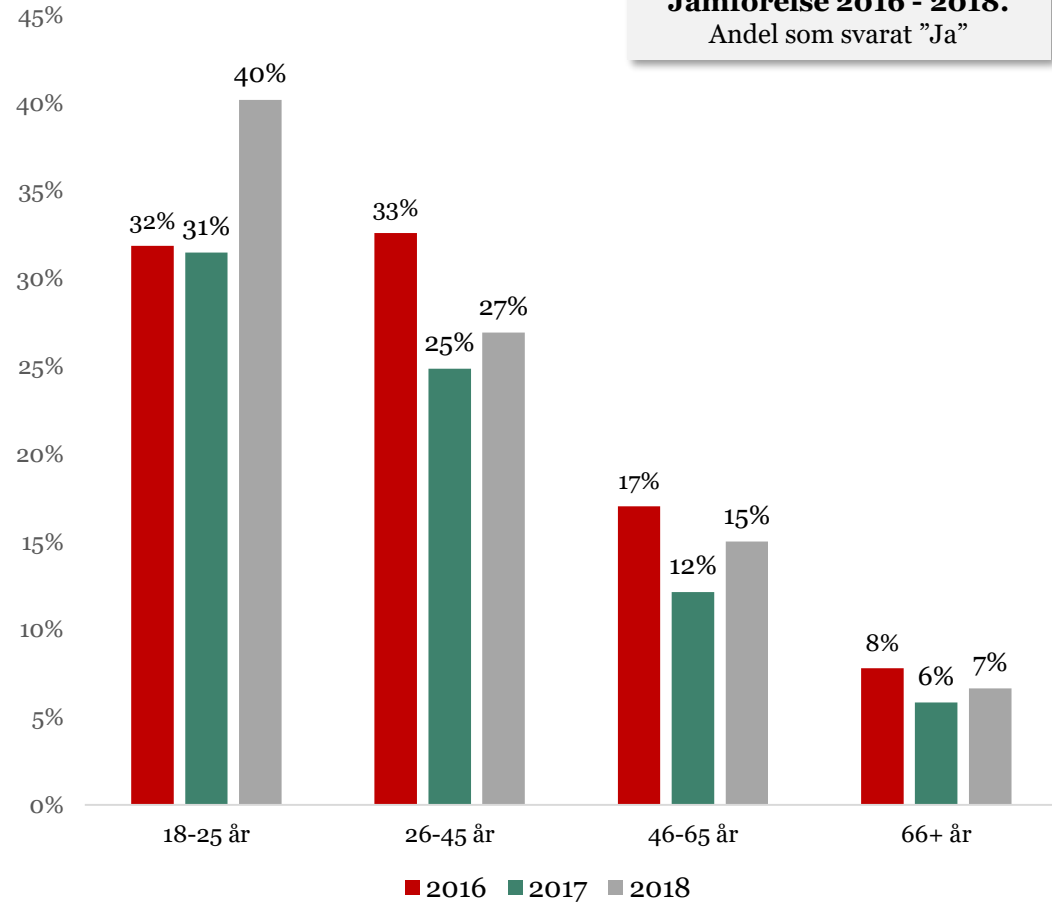
Alla åldersgrupper planerar att öka sina julklappsinköp på nätet

Kommer du att köpa fler julklappar på nätet i år jämfört med förra året?



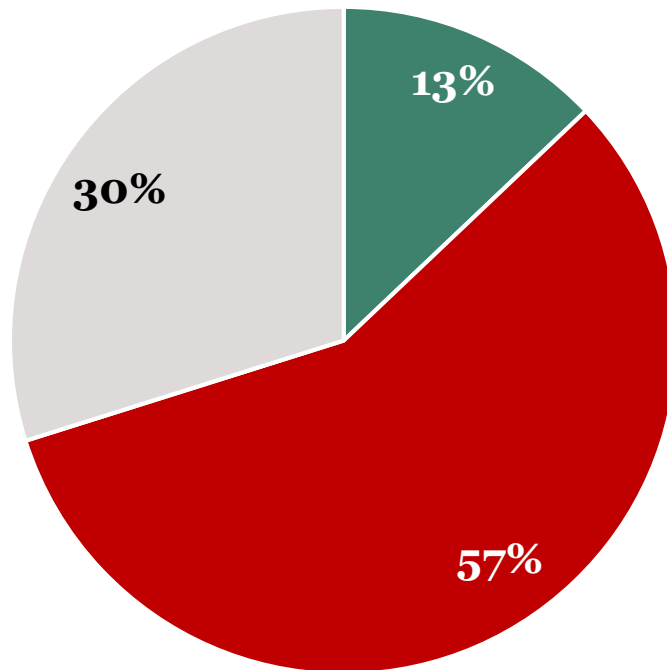
■ Ja ■ Nej ■ Vet ej/inte bestämt mig än

Jämförelse 2016 - 2018.
Andel som svarat "Ja"



Färre köper julklappar från utländska e-handlare

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



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

Var åttonde person

planerar i år att köpa julklappar från utländska näthandlare.

I takt med att näthandeln växer ökar också handeln från utlandet. Däremot verkar trenden ha avtagit när det gäller julklappsök. I förra årets mätning svarade

var fjärde person

att de planerar att köpa julklappar från utländska hemsidor.

Kontaktuppgifter

För mer information:

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

Anna Ekström, Nordic Sales Effectiveness Leader, Nielsen, 070-310 89 13

Svensk Handels pressjour, 010-47 18 650

För metod- och faktafrågor om rapporten kontakta:

Amanda Eriksson, Analytiker Svensk Handel, 070-578 54 23

Om undersökningen

- Underlaget i ***Svensk Handels julrapport*** är baserat på extrafrågor i samband med Svensk Handels Handelsbarometer från januari och november 2018, Nielsen ScanTrack samt två konsumentundersökningar genomförda under november 2018.
- ***Handelsbarometern*** fram i samarbete med HUI Research. Extrafrågorna i samband med Handelsbarometern ställs i en telefonundersökning som varje månad distribueras till 300 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare och e-handlare. Den här undersökningen genomfördes i oktober 2018.
- ***Konsumentundersökningarna*** genomfördes av en oberoende part i två separata webbenkäter där 1045 respektive 1009 personer i Sverige mellan 18 och 80 år deltog. Respondenterna är representativa för fördelningen i riket med avseende på kön, ålder och geografi. Undersökningarna genomfördes i mitten av november 2018. Det statistiska underlaget för prognosen över årets julklappsköp består av svaren från drygt 2000 respondenter.
- ***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 ScanTrack som samlar data från kassasystemens avlästa streckkoder. Resultaten från Nielsens undersökningar ligger till grund för delar av statistiken som presenteras i denna rapport.