

# Handelsbarometern februari 2023



**SH** Svensk  
Handel

**”Kostnadsökningarna måste mildras, exempelvis genom att behålla de sänkta arbetsgivaravgifterna för unga”**

Sofia Larsen, vd, Svensk Handel

## Månadens indikatorvärde (index)

<b>71,9</b>	<b>82,0</b>	<b>83,8</b>
Butik	E-handel	Partihandel

## Utveckling från föregående månad

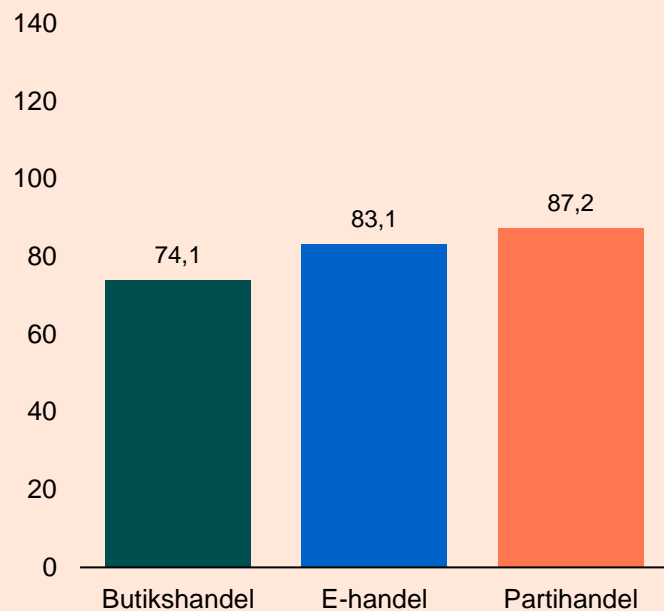
<b>1,7</b>	<b>-1,6</b>	<b>9,1</b>
Butik	E-handel	Partihandel

## Utbredd pessimism inom handeln: “Kostnadsökningarna måste mildras”

Svensk Handels Handelsbarometer för februari månad visar att den utbredda pessimism som kunnat bevittnas under nästan ett års tid, fortsatt håller handeln i ett järngrepp. Handlarna möter kraftiga kostnadsökningar samtidigt som försäljningen minskar till följd av att konsumenternas köpkraft kraftigt har försvagats.

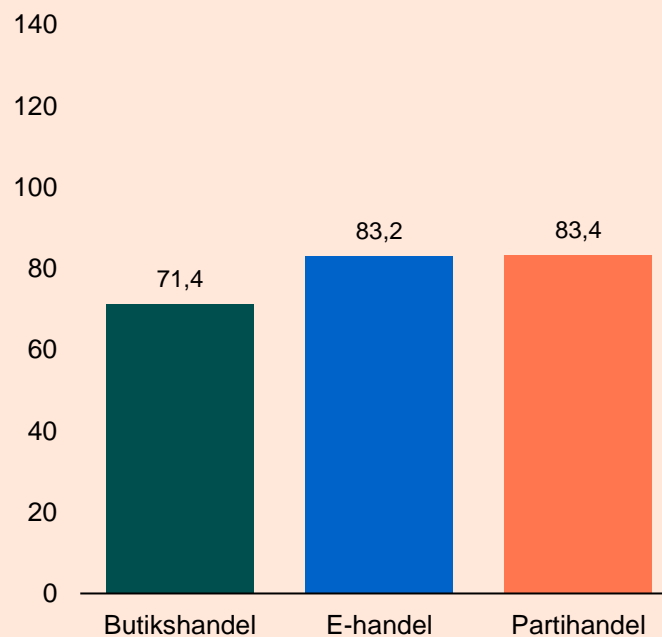
- Vi har under en längre tid påtalat att denna kris slår hårt mot hela handeln. Nu börjar vi även få signaler om butiker inom sällanköpshandeln som tvingas lägga ned sin verksamhet till följd av kostnadsökningar som exempelvis chockhöjda hyror. Det är mycket oroväckande, och kostnadsökningarna måste mildras, exempelvis genom att behålla de sänkta arbetsgivaravgifterna för unga, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.
- För många handlare runt om i landet är situationen mycket allvarsam. Högre elpriser, dyrare lokalkostnader och ökade inköpskostnader, samtidigt som försäljningen minskar till följd av det ekonomiska läget. Det är en kalkyl som inte går ihop och till syvende och sist är det jobb som står på spel, då handeln är en av näringslivets största arbetsgivare, säger Sofia Larsen.
- För att visa på att de ekonomiska tiderna slår hårt mot branschen i stort kan man peka på e-handeln. Under pandemin gick den urstart och mot strömmen, medan vi nu i stället ser att konsumenternas köpkraft försvagas till följd av det allmänna konjunkturläget. Precis som i den fysiska handeln behöver e-handlare nu se över sina strategier för att bibehålla och locka nya kunder, säger Sofia Larsen.

## Försäljning



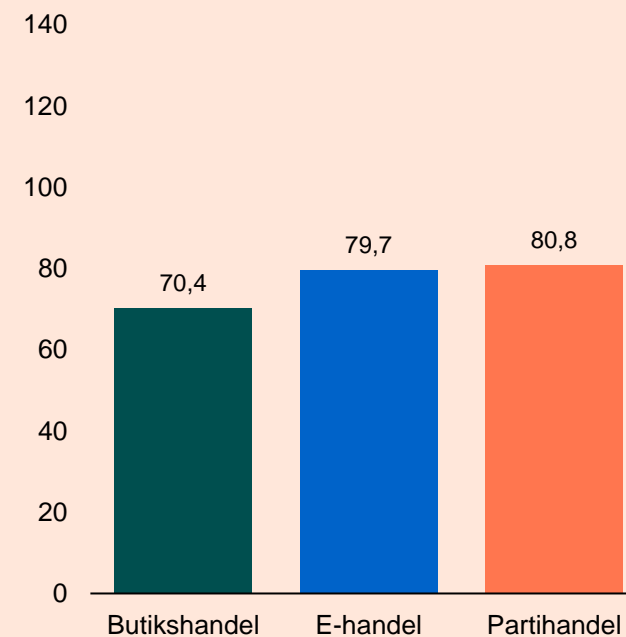
Butikernas förväntningar om försäljning ökade med 2,2 enheter till index 74,1 i februari. E-handlarnas försäljningsförväntningar minskade med 4,4 enheter till index 83,1 i februari. Partihandlarnas försäljningsförväntningar ökade med 15,8 enheter till index 87,2 i februari.

## Antal anställda



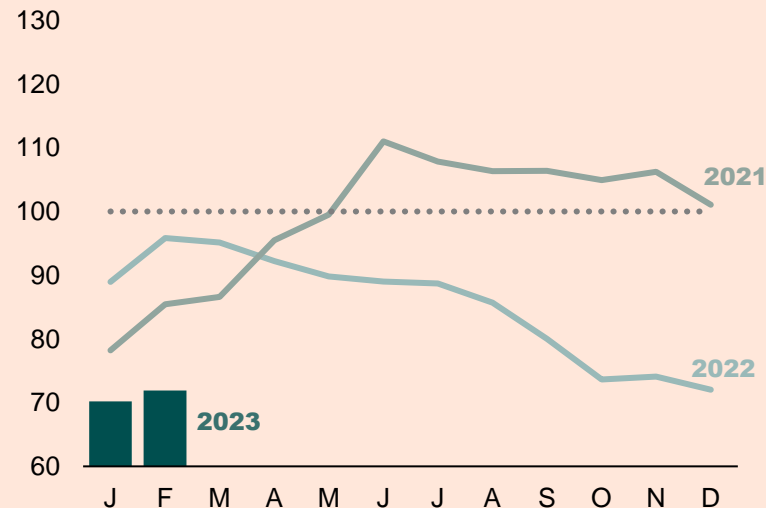
Butikernas förväntningar om antalet anställda ökade med 0,5 enheter till index 71,4 i februari. E-handlarnas förväntningar minskade med 0,2 enheter till index 83,2 i februari. Förväntningarna om antalet anställda ökade med 7,1 enheter till index 83,4 i partihandeln.

## Lönsamhet

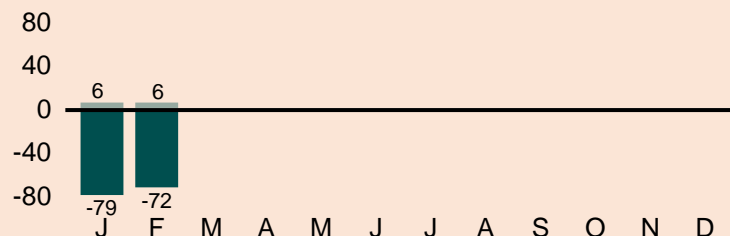


Butikernas förväntningar om lönsamhet ökade med 2,5 enheter till index 70,4 i februari. E-handlarnas lönsamhetsförväntningar minskade med 0,1 enheter till index 79,7 under samma period. Partihandelns lönsamhetsförväntningar ökade med 4,4 enheter till index 80,8 i februari.

## Fysisk butik

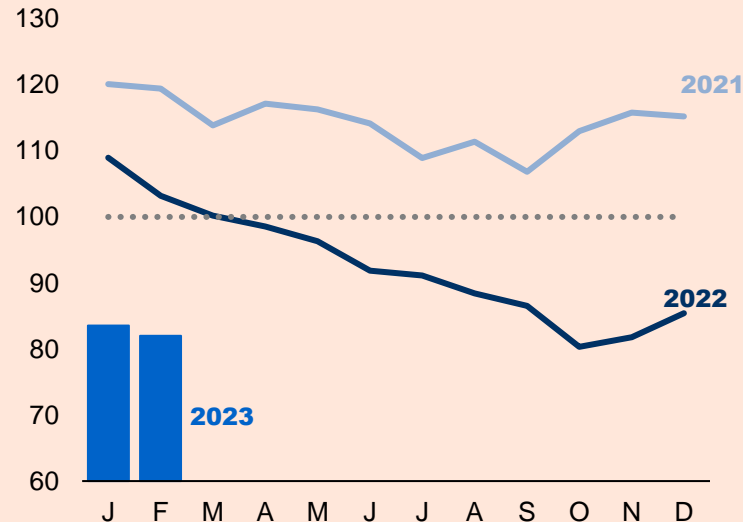


### Andel positiva respektive negativa handlare

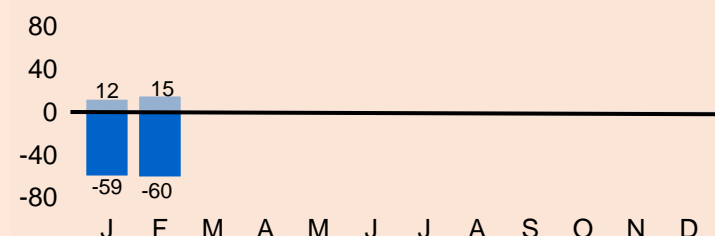


De fysiska butikernas framtidsförväntningar ökade med 1,7 enheter till index 71,9 i februari. Detta är lägre än motsvarande nivå under 2022. Det nedre diagrammet visar att 6 procent av butikshandlarna i februari tror på en förbättring kommande tre månader medan 72 procent tror på en försämring. Resten ser framför sig ett oförändrat läge eller har ingen åsikt.

## E-handel

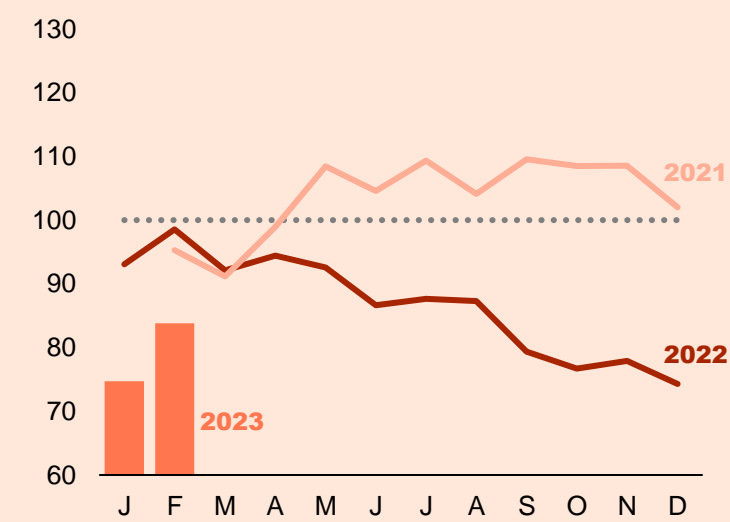


### Andel positiva respektive negativa handlare



E-handlarnas framtidsförväntningar minskade med 1,6 enheter till index 82,0 i februari. Detta är lägre än motsvarande nivå under 2022. Det nedre diagrammet visar att 15 procent av e-handlarna i februari tror på en förbättring kommande tre månader medan 60 procent tror på en försämring. Resten ser framför sig ett oförändrat läge eller har ingen åsikt.

## Partihandel

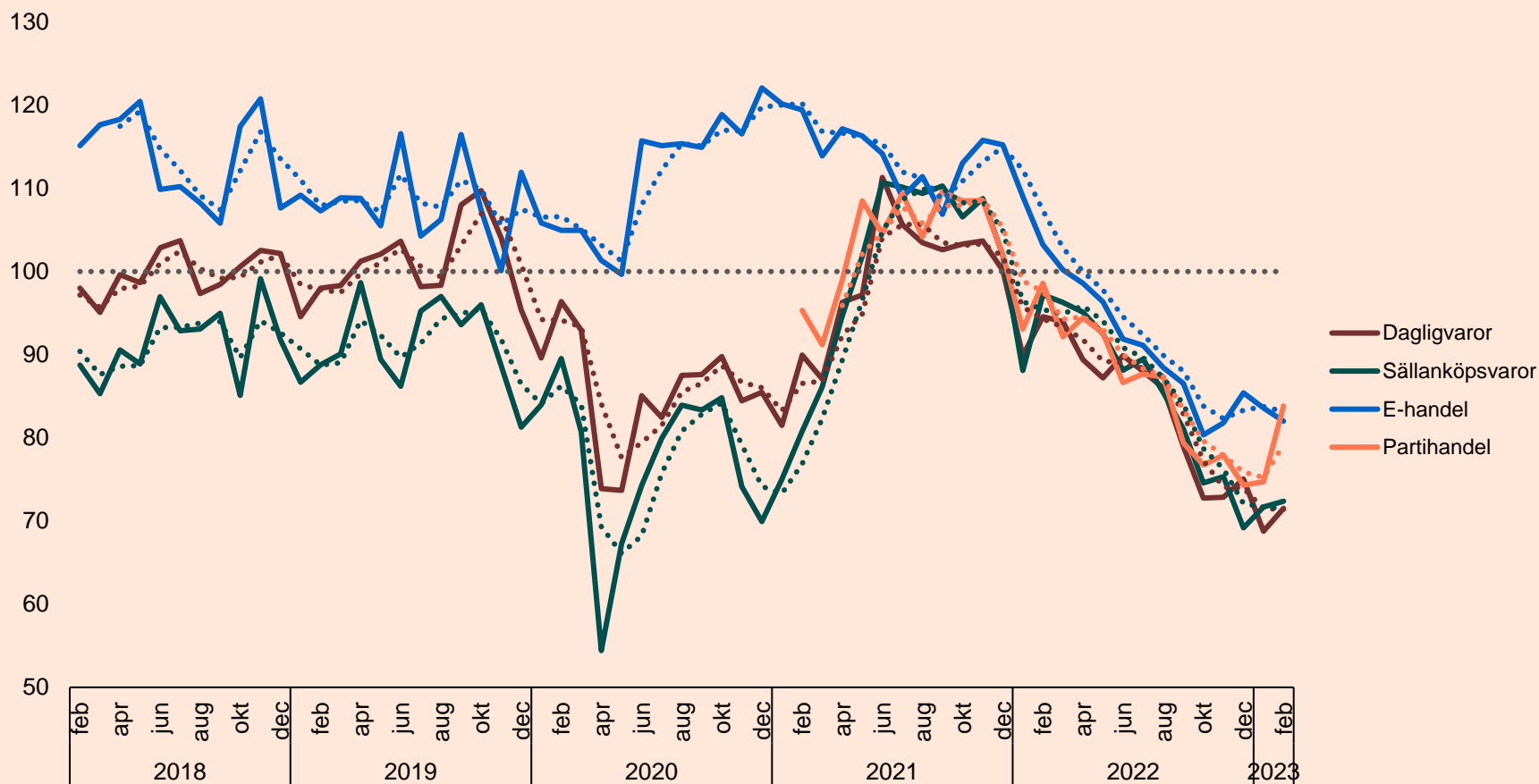


### Andel positiva respektive negativa handlare



Partihandlarnas framtidsförväntningar ökade med 9,1 enheter till index 83,8 i februari. Detta är lägre än motsvarande nivå under 2022. Det nedre diagrammet visar att 9 procent av partihandlarna i februari tror på en förbättring kommande tre månader medan 52 procent tror på en försämring. Resten ser framför sig ett oförändrat läge eller har ingen åsikt.

Positiv utveckling i parti-, sällanköps- och dagligvaruhandeln jämfört med föregående månad. E-handeln fortsatte däremot nedåt.



**2,7**

Dagligvaruhandeln

**0,7**

Sällanköpshandeln

**-1,6**

E-handel

**9,1**

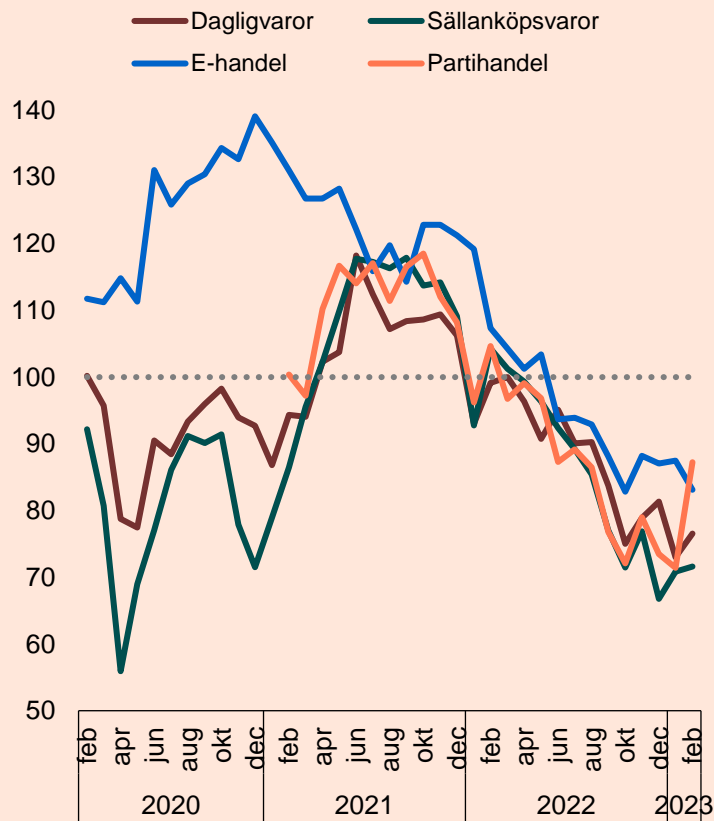
Partihandel

Dagligvaruhandeln ökade med 2,7 enheter i februari till index 71,5. Sällanköpsvaruhandeln ökade under perioden med 0,7 enheter till index 72,4. E-handeln minskade under månaden med 1,6 enheter till index 82,0. Partihandeln ökade med 9,1 enheter till index 83,8 i februari.

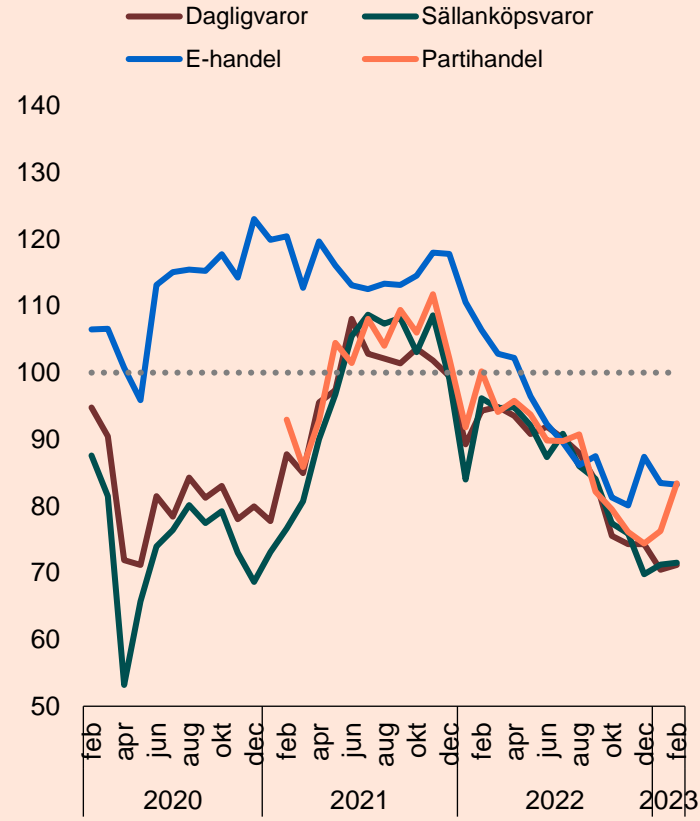
# Delbranschernas tidsserier

## Utveckling per delkomponent i framtidsindikatorn

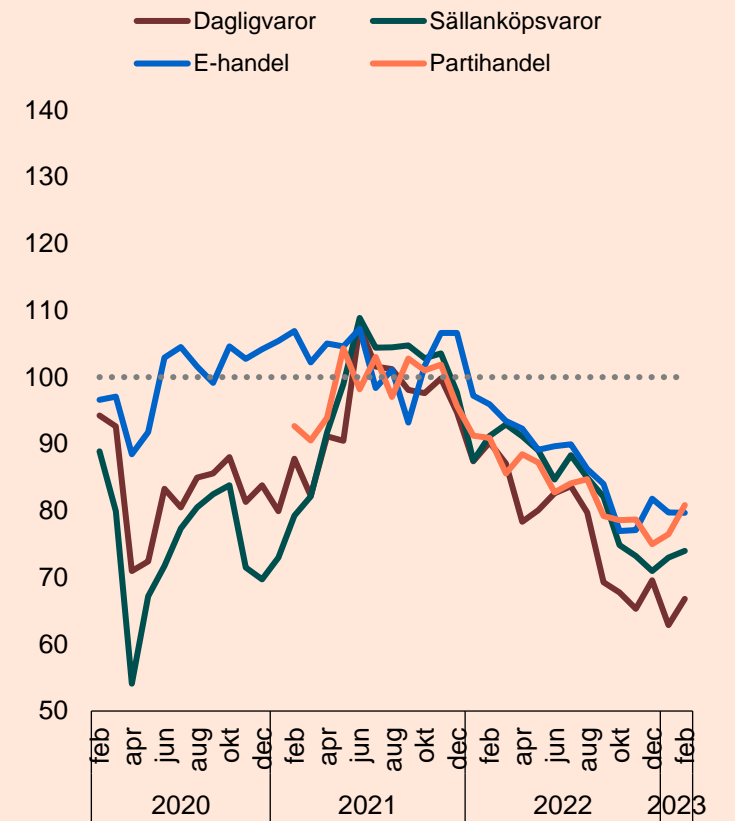
### Försäljning



### Anställda



### Lönsamhet

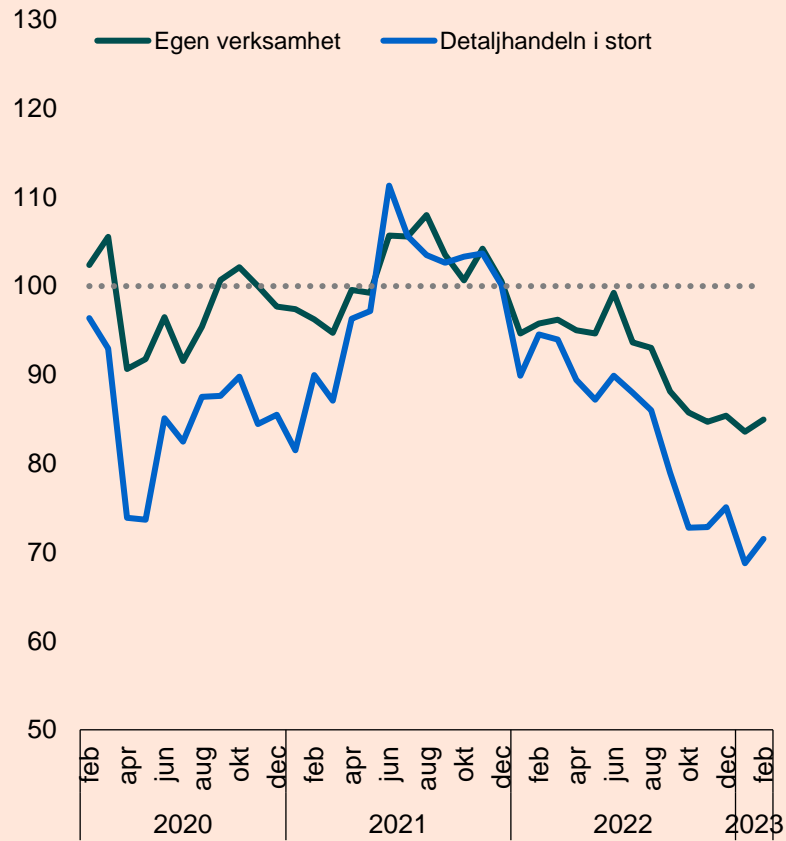


# Delbranschernas tidsserier

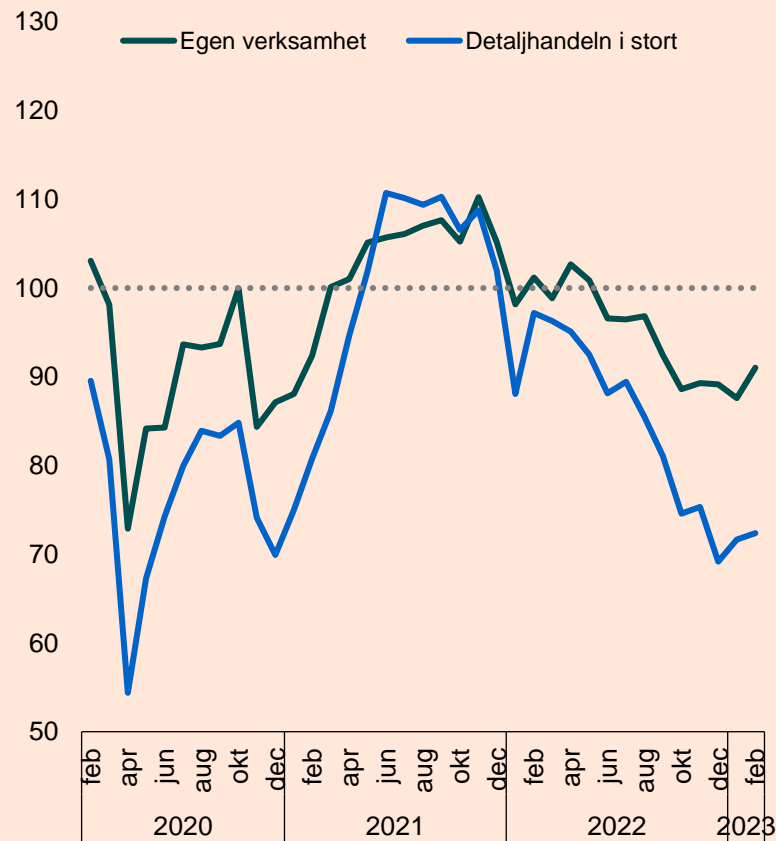
## Tron på den egna verksamheten kontra handeln i stort



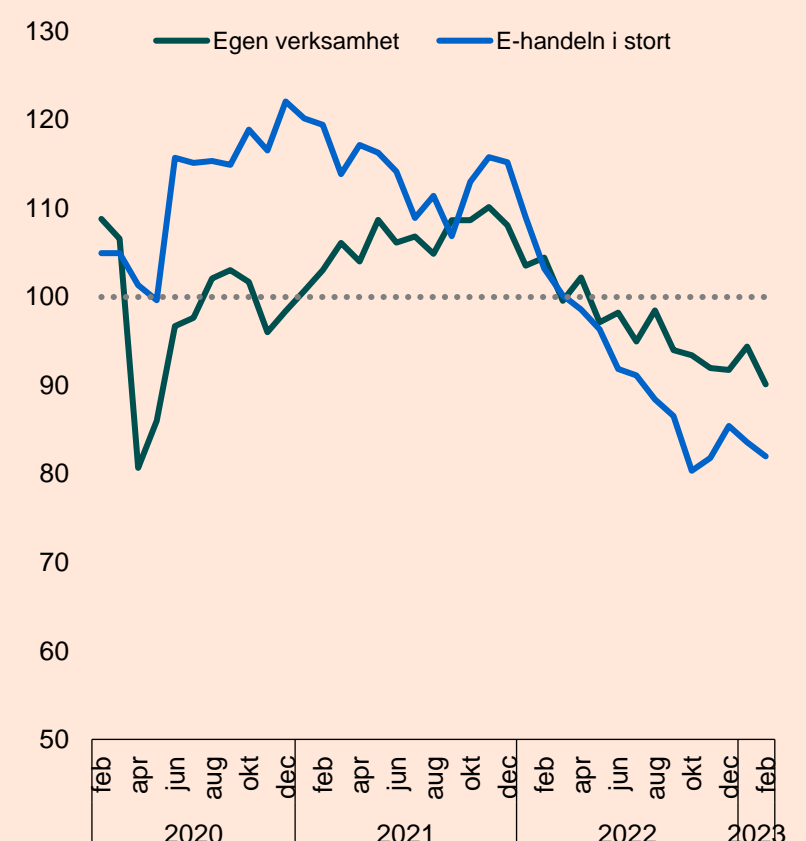
### Dagligvaruhandel



### Sällanköpsvaruhandel



### E-handel



## Så läser du Handelsbarometern

Handelsbarometern beskriver framtidsförväntningar inom handeln. Framtidsindikatorn byggs upp av tre delindikatorer: vad handlarna tror om försäljningsutvecklingen, utvecklingen för antal anställda och lönsamhetsutvecklingen de kommande tre månaderna för branschen som helhet. På sidan 2 presenteras framtidsindikatorn och dess utveckling översiktligt.

På sida 3 presenteras förväntningarna på försäljning, anställda och lönsamhet. Jämförelser görs mot förväntningarna föregående månad.

På sida 4 visas tidsserier för framtidsindikatorn för fysisk butik, e-handel samt partihandel. Där visas även andelen handlare med en övervägande positiv syn på utvecklingen (som svarat 5, 6 eller 7 på en skala från 1-7), samt andelen handlare med en övervägande negativ syn på utvecklingen (som svarat 1-3 på den sjugradiga skalan). Resterande andel är neutrala (har svarat 4) eller har ingen uppfattning. Det är normalt en väldigt liten andel som inte har någon uppfattning.

Sida 5 visar framtidsindikatorernas index för respektive delbransch. Sida 6 visar tidsserier för framtidsindikatorns delbranscher och delkomponenter. Sida 7 visar tidsserier över tron på den egna verksamheten kontra handeln i stort.

Avslutningsvis presenteras en tabell med den aktuella Handelsbarometerens samtliga resultat för den som snabbt vill få tillgång till alla siffror.

## Metodbeskrivning

Handelsbarometern är Svensk Handels månatligen återkommande indikator över detaljhandelns utveckling. Handelsbarometern tas fram i samarbete med HUI Research och ger en inblick i hur branschens företag tror att omsättning, lönsamhet och sysselsättning kommer att utvecklas de kommande tre månaderna. Rapporten baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 600 slumpvis utvalda butikschefer, butiksägare och e-handlare där 150 är dagligvaruhandlare, 150 är sällanköpsvaruhandlare, 150 är e-handlare och 150 är partihandlare. Den här undersökningen genomfördes mellan den 1:a februari och den 9:e februari 2023.

Handelsbarometerens Framtidsindikator beräknas som det genomsnittliga nettotalet för tre frågor som rör butikschefernas förväntningar på försäljning, antalet medarbetare och lönsamhetsutveckling de kommande tre månaderna. Framtidsindikatorn för e-handel och partihandel beräknas på motsvarande sätt baserat på frågor ställda till e-handlare och partihandlare.

Frågorna ställs dels för den egna verksamheten och dels för branschen i stort. Framtidsindikatorn för butik avser detaljhandeln i stort. Svaren sker på en skala från 1-7 där fyra tolkas som neutralt utan preferens åt endera hållet. Utifrån detta beräknas ett index med ett neutralt värde 100 där indextal över 100 innebär positiva framtidsförväntningar och under 100 innebär negativa framtidsförväntningar.

Svaren i Handelsbarometern viktas inte med avseende på omsättning eller antal anställda. Mindre aktörer sorteras inte heller bort med en urvals begränsning. Anledningen är att urvalet är menat att representera det genomsnittliga företaget inom detaljhandeln.



# Enkätfrågor

## Frågorna i Handelsbarometerns enkätundersökning



Resultatet i Handelsbarometern baseras på följande frågor som ställs till ett slumpmässigt urval av 150 dagligvaruhandlare, 150 sällanköpsvaruhandlare, 150 e-handlare och 150 partihandlare. E-handelsföretagen och partihandelsföretagen svarar för sin egen e-handelsverksamhet och för e-handeln respektive partihandeln i stort.

**Fråga 1** Hur tror du att försäljningen i butiken du arbetar i kommer att utvecklas de närmaste 3 månaderna? Jämför med samma period föregående år.

**Fråga 2** Hur tror du att antalet medarbetare (personer anställda på hel- eller deltid, ej extrapersonal) i butiken du arbetar i kommer att förändras de närmaste 3 månaderna? Jämför med samma period föregående år.

**Fråga 3** Hur tror du att din butiks vinstmarginal kommer att utvecklas de närmaste 3 månaderna? Jämför med samma period föregående år.

**Fråga 4\*** Hur tror du att försäljningen i detaljhandeln (hela branschen) kommer att utvecklas de närmaste 3 månaderna? Jämför med samma period föregående år.

**Fråga 5\*** Hur tror du att antalet anställda (personer på hel- eller deltid, ej extrapersonal) i detaljhandeln (hela branschen) kommer att förändras de närmaste 3 månaderna? Jämför med samma period föregående år.

**Fråga 6\*** Hur tror du att vinstmarginalen i detaljhandeln (hela branschen) kommer att utvecklas de närmaste 3 månaderna. Jämför med samma period föregående år.

\* På fråga 4-6 svarar e-handelsföretagen och partihandelsföretagen istället för respektive bransch utveckling i stort.

# Tabell för Handelsbarometern februari 2023



## Hela detaljhandeln

	februari 2023	Förändring Föregående månad	Förändring Föregående år
<b>Framtidsindikatorn butikshandel</b>	<b>71,9</b>	<b>1,7</b>	<b>-23,9</b>
Försäljning	74,1	2,2	-27,6
Antal anställda	71,4	0,5	-23,8
Lönsamhet	70,4	2,5	-20,3
Därav:			
<b>Dagligvaruhandel</b>	<b>71,5</b>	<b>2,7</b>	<b>-23,0</b>
Försäljning	76,6	3,6	-22,6
Antal anställda	71,2	0,7	-23,1
Lönsamhet	66,8	3,9	-23,4
<b>Sällanköpsvaruhandel</b>	<b>72,4</b>	<b>0,7</b>	<b>-24,8</b>
Försäljning	71,6	0,8	-32,7
Antal anställda	71,5	0,3	-24,6
Lönsamhet	74,0	1,0	-17,2
<b>Framtidsindikatorn e-handel</b>	<b>82,0</b>	<b>-1,6</b>	<b>-21,2</b>
Försäljning	83,1	-4,4	-24,2
Antal anställda	83,2	-0,2	-23,2
Lönsamhet	79,7	-0,1	-16,3
<b>Framtidsindikatorn Partihandel</b>	<b>83,8</b>	<b>9,1</b>	<b>-14,8</b>
Försäljning	87,2	15,8	-17,4
Antal anställda	83,4	7,1	-16,8
Lönsamhet	80,8	4,4	-10,1

## Egna butiken

	februari 2023	Förändring Föregående månad	Förändring Föregående år
<b>Framtidsindikatorn butikshandel</b>	<b>88,0</b>	<b>2,4</b>	<b>-10,5</b>
Försäljning	90,8	4,4	-13,7
Antal anställda	95,2	1,4	-1,7
Lönsamhet	78,0	1,4	-16,0
Därav:			
<b>Dagligvaruhandel</b>	<b>84,9</b>	<b>1,3</b>	<b>-10,8</b>
Försäljning	92,5	2,0	-10,0
Antal anställda	93,8	2,2	-0,5
Lönsamhet	68,5	-0,2	-22,0
<b>Sällanköpsvaruhandel</b>	<b>91,0</b>	<b>3,4</b>	<b>-10,2</b>
Försäljning	89,1	6,8	-17,5
Antal anställda	96,6	0,7	-2,9
Lönsamhet	87,3	2,9	-10,1
<b>Framtidsindikatorn e-handel</b>	<b>90,1</b>	<b>-4,3</b>	<b>-14,3</b>
Försäljning	93,9	-0,8	-18,8
Antal anställda	91,3	-5,2	-6,5
Lönsamhet	85,1	-6,9	-17,5
<b>Framtidsindikatorn Partihandel</b>	<b>97,7</b>	<b>2,6</b>	<b>-2,0</b>
Försäljning	102,7	7,9	-5,8
Antal anställda	98,8	0,1	3,2
Lönsamhet	91,5	-0,2	-3,5

**För mer information  
kontakta Svensk Handels  
pressjour 010 47 18 650**

**[svenskhandel.se](http://svenskhandel.se)**

**SH Svensk  
Handel**