

Stilanalys 1/2020

Tufft avslut på decennium med många utmaningar

Modehandelns utveckling under decenniet samt helåret 2019

Rapporten i korthet

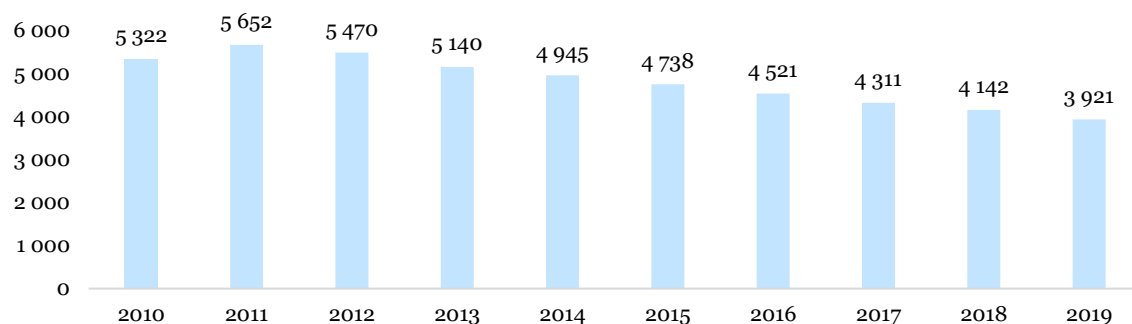
- Det senaste decenniet har varit omvälvande för modehandeln. Branschens e-handelsandel ökade från 9 till 20 procent. Antalet traditionella modeföretag med fokus på fysisk retail har totalt minskat med mer än 27 procent eller 1 699 företag, antalet anställda har minskat med 9,5 procent, antalet arbetsställen har minskat med nästan 1 500 och rörelsemarginalen har haft en nedåtgående trend. Under samma period har antalet modeföretag inom e-handeln ökat med 208 procent eller 1 819 företag, vilket visar på ett stort skifte även om många av de försvunna och nystartade företagen varit små.
- Under 2019 minskade försäljningen enligt Stilindex med 1,8 procent för klädhandeln och 4,2 procent för skohandeln i löpande priser. Försäljningsvolymerna minskade med 0,8 procent för kläder och med 2,1 procent för skor under året.
- Under perioden september till december (tredje tertialet) minskade klädhandelns försäljning med 2,7 procent i löpande priser och 1,6 procent i volym. Skohandeln hade en negativ försäljningsutveckling med minus 4,3 procent i löpande priser och minus 0,8 procent i volym under perioden.
- Modepriserna mot konsument minskade med 1,2 procent mellan 2018 och 2019. Samtidigt ökade importpriserna med 5,6 procent. Under året har kronan fortsatt att försvagas gentemot euron och den amerikanska dollarn, vilket innebär att det har blivit dyrare att importera varor. Modeaktörerna behöver höja priserna mot konsument för att bibehålla sina marginaler. När de inte lyckas med detta påverkas lönsamheten i branschen negativt.



Ett decennium med många utmaningar för modehandeln

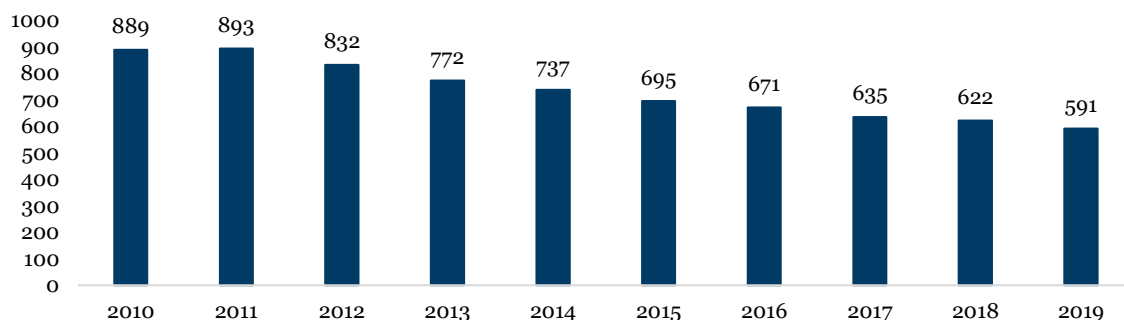
Det nyss avslutade decenniet har varit omvälvande för modehandeln, inte minst i och med digitaliseringens inverkan på branschen. Modehandelns e-handelsandel uppgår nu till 20 procent enligt E-barometern, vilket kan jämföras med en e-handelsandel om 9 procent år 2010. En tydlig effekt av e-handels frammarsch är att modehandeln har konsoliderats ordentligt under decenniet – totalt sett hade branschen 1 699 färre företag under 2019 än under 2010. Detta innebär en minskning av antalet företag med hela 27 procent. Klädhandeln hade år 2019 hela 1 401 färre företag än 2010, medan antalet skoföretag minskat med 298 stycken. Väldigt många av de företag som försvunnit var dock små. 1 632 av de företag som försvunnit hade nio anställda eller färre varav 650 företag inte hade några anställda, 771 hade 1-4 anställda och 211 hade 5-9 anställda. Samtidigt har antalet modeföretag (kläd- och skoföretag) som i huvudsak säljer via internet ökat kraftigt. Antalet e-handelsföretag inom modehandeln har under perioden 2010-2019 ökat med 1 819 företag. Även här har den stora förändringen skett bland små företag. Av de företag som tillkommit under perioden hade 1 791 företag mindre än 9 anställda varav 1 572 inte hade några anställda, 205 hade 1-4 anställda och 14 hade 5-9 anställda. Sammantaget har alltså det totala antalet företag ökat, även om trenden under de senaste åren varit svagt negativ och att ökningen 2010 berodde på att branschen studsade tillbaka efter finanskrisen. Dock är det tydligt att det skett en omfördelning gällande hur strukturen för modehandeln ser ut. Utvecklingen har skett samtidigt som branschens omsättning ökat kontinuerligt under decenniet med undantag för de senaste två åren. I diagrammen nedan illustreras utvecklingen av antalet företag inom klädhandeln och skohandeln.

Diagram 1a. Antal företag i klädhandeln som huvudsakligen har sin verksamhet i fysisk butik, 2010 till 2019.



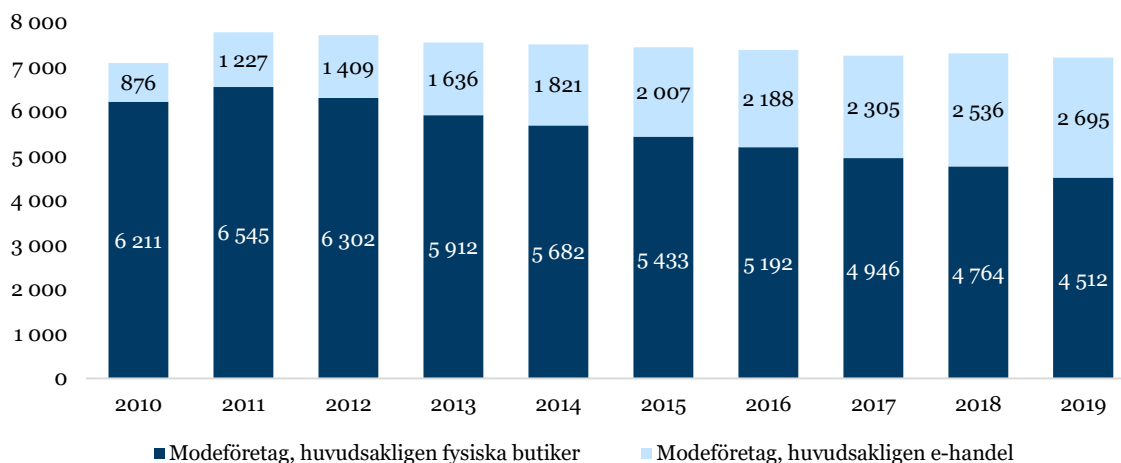
Källa: SCB

Diagram 1b. Antal företag i skohandeln som huvudsakligen har sin verksamhet i fysisk butik, 2010 till 2019.



Källa: SCB

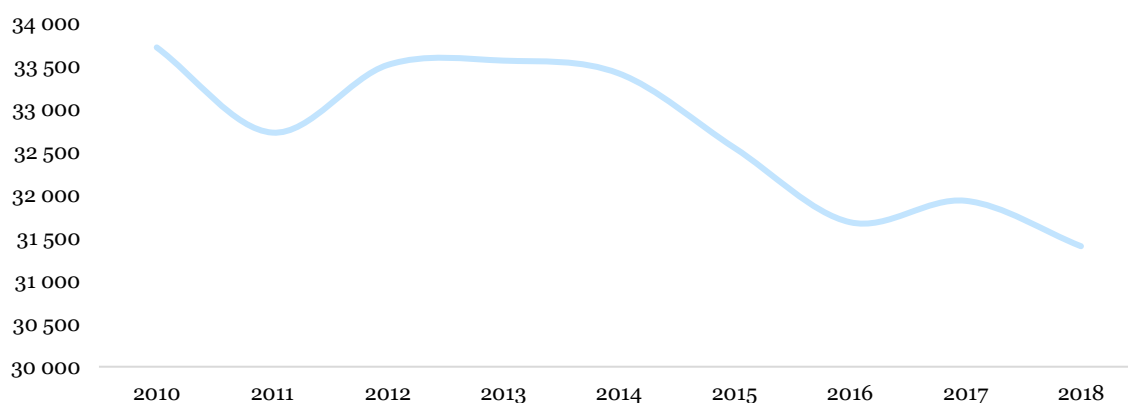
Diagram 1c. Antal företag i modehandeln (kläd- och skoaktörer) som huvudsakligen har sin verksamhet i fysisk butik respektive huvudsakligen säljer via e-handel, 2010 till 2019.



Källa: SCB

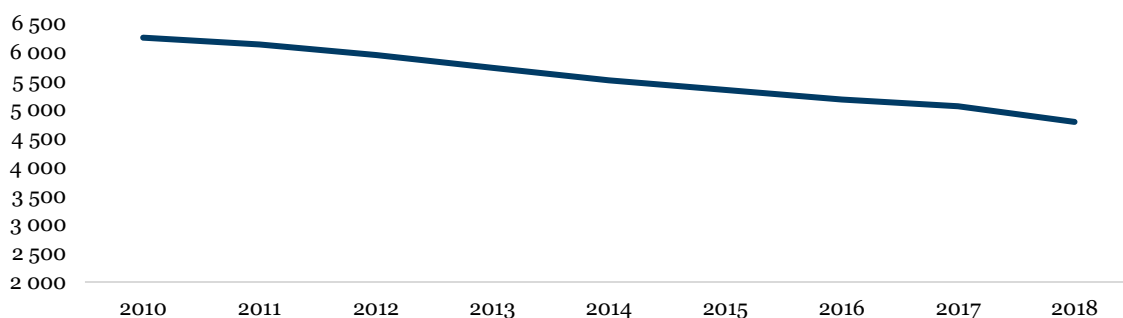
Antalet anställda inom traditionell modehandeln har också minskat under det senaste decenniet, dock inte lika kraftigt som antalet företag. Mellan 2010 och 2018 minskade antalet anställda i branschen med 9,5 procent. Det är ett tecken på att företagen inom modehandeln har blivit allt större och att många mindre företag försvunnit. Det är främst företag med mycket resurser som klarar av att konkurrera i det förändrade detaljhandelslandskapet där konsumenternas valmöjligheter och krav växer och förändras samtidigt som priserna pressas och e-handeln utmanar branschen. I diagrammen nedan illustreras minskningen av antalet anställda inom klädhandeln respektive skohandeln under perioden 2010 till 2018.

Diagram 2a. Antal anställda inom klädhandeln, 2010 till 2018 (data saknas för år 2015).



Källa: SCB

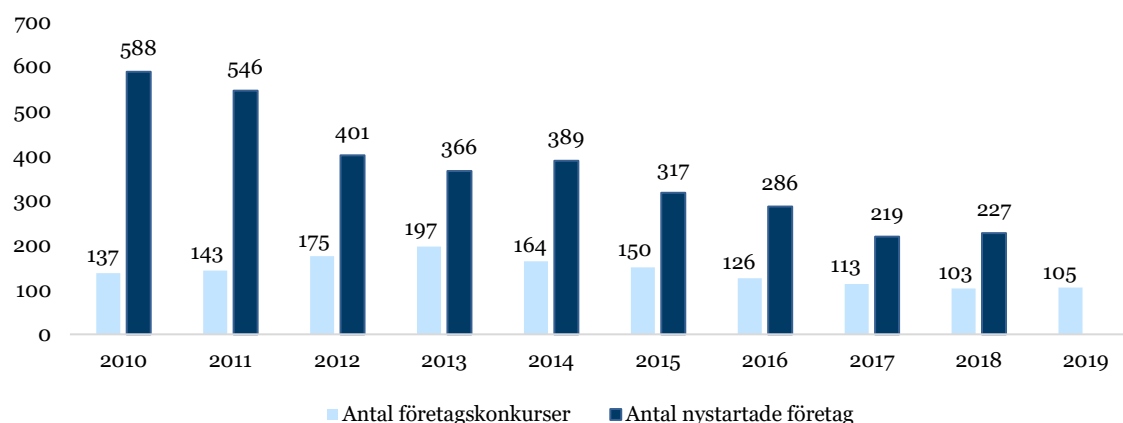
Diagram 2b. Antal anställda inom skohandeln, 2010 till 2018 (data saknas för år 2015).



Källa: SCB

Den strukturomvandling som modehandeln genomgått under decenniet har skett samtidigt som en stark ekonomisk utveckling, vilket haft en viss påverkan på branschen. Statistik från Tillväxtanalys visar exempelvis att antalet företagskonkurser i modehandeln minskade kontinuerligt mellan 2013 och 2018, och ökade marginellt under 2019. Trots att modehandeln har genomgått en tuff strukturomvandling där antalet företag har minskat kraftigt har konkurserna alltså minskat. Detta kan till stor del förklaras av gynnsamma ekonomiska förhållanden som bland annat gjort att kostnaderna förenade med att låna varit väldigt låga och av att många av de företag som försvunnit inte gått i konkurs utan helt enkelt lagt ned verksamheten. En annan möjlig orsak är den ökade konsolideringen som resulterat i färre men också större företag med bättre förutsättningar att klara tuffa omständigheter. Om en eventuell lågkonjunktur sammanfaller med handeldns strukturomvandling, vilket inte har hänt under hela 2000-talet, skulle branschen dock utmanas ytterligare. Då är det också troligt att antalet konkurser i branschen skulle öka markant. Att antalet nystartade företag per år mer än halverats under decenniet är också ett tydligt tecken på den ökade konkurrensen i branschen. Under perioden har dessutom antalet arbetsställen i modehandeln minskat med 1 500 från drygt 9 000 till drygt 7 500, vilket visar på att antalet butiker minskat kraftigt under decenniet. Även detta är en tydlig konsekvens av handeldns strukturomvandling.

Diagram 3. Antal företagskonkurser och nystartade företag i modehandeln, 2010 till 2019.



Källa: Tillväxtanalys. Exklusive rena e-handelsföretag. Statistik rörande antal nystartade företag 2019 finns ej tillgänglig ännu.

Klädhandeldns rörelsemarginal har minskat något sedan i början av 2000-talet. Rörelsemarginalens negativa trend kom av sig något under perioden 2014-2016, men har efter 2016 sjunkit något igen. Att marginalen i branschen inte påverkats mer positivt när konsumtionsförhållandena varit otroligt gynnsamma och företagen kunnat låna billigt är oroväckande. Finanskrisen 2008 visar också vilken konjunkturskänslig bransch klädhandeldn är.

Skohandeln består till stor del av ett fåtal större aktörer och har under decenniet blivit allt mer koncentrerad. Trenden i branschens rörelsemarginal har varit svagt negativ under perioden, och låg under 2018 på sin lägsta nivå sedan finanskrisen. Skohandeln är relativt konjunkturkänslig, vilket syns tydligt under finanskrisen runt 2008 då lönsamheten föll kraftigt. Först under år 2010 repade sig rörelsemarginalen. Branschen påverkas kraftigt av att skor i hög grad säljs i många kläd- och sportbutiker idag, samt av att fler köper skor på nätet från snabbväxande aktörer som Footway, Axel Arigato och Sneakersnstuff.

Diagram 4. Rörelsemarginal i klädhandeln och skohandeln, median, 1997 till 2018.



Källa: SCB

Försäljningsutveckling 2019

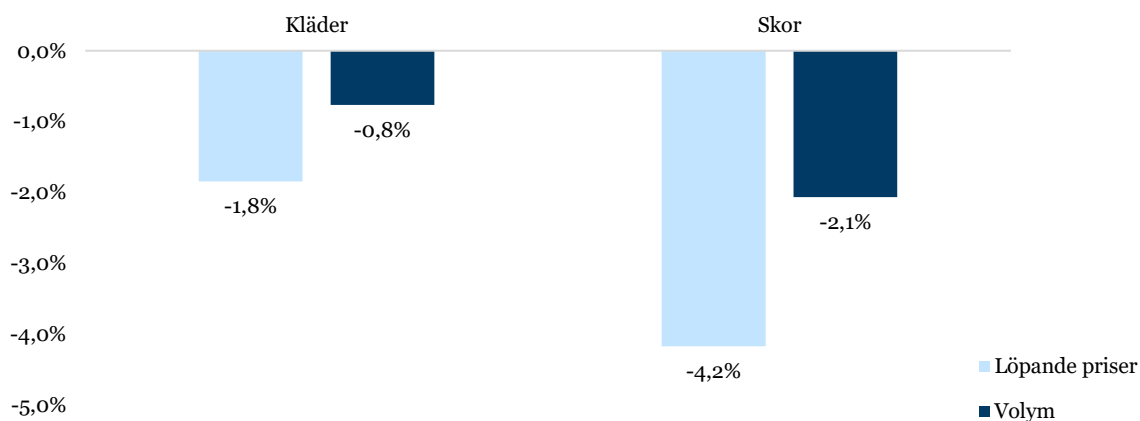
Detaljhandeln som helhet hade enligt SCB en positiv utveckling under 2019 med en ökning om 3,5 procent jämfört med 2018. Elektronikhandeln gick särskilt starkt med en tillväxt om 8,4 procent. En stor del av tillväxten är hänförlig till sista delen av året där fenomenen som Black Week och julhandeln driver tillväxten i branschen. År 2019 var även ett bra år för möbelhandeln, som ökade med 4,4 procent. Däremot hade sporthandeln det kämpigt, med en negativ tillväxt om 0,7 procent. Vintern slog aldrig igenom ordentligt under slutet av året, vilket påverkade den väderberoende branschen negativt.*

Modehandelns utveckling under år 2019

Sammanfattningsvis blev 2019 ytterligare ett tufft år för modehandeln. Branschen påverkas av den strukturomvandling som hela handeln befinner sig i där e-handeln tar försäljningsandelar. Helårsförsäljningen visade en minskning med 1,8 procent för klädhandeln och 4,2 procent för skohandeln enligt Stilindex, som mäter försäljningen i jämförbara enheter för fysiska butiker inklusive deras e-handel. Mätt i volym minskade klädhandeln med 0,8 procent samtidigt som skohandeln tappade 2,1 procent under året. Diagrammen nedan illustrerar den ackumulerade försäljningsutvecklingen för perioden samt utvecklingen per månad.

Den rena e-handelsförsäljningen för modevaror har en fortsatt hög utvecklingstakt enligt E-barometern, med en tillväxt om 12 procent under 2019. Konsumentpriserna har minskat med 1,1 procent för kläder och 2,1 procent för skor under året. Läggs denna försäljning till den som sker i den traditionella modehandeln är utvecklingen sannolikt mer positiv även om tillväxten inte når upp till de handelsbranscherna som går bäst.

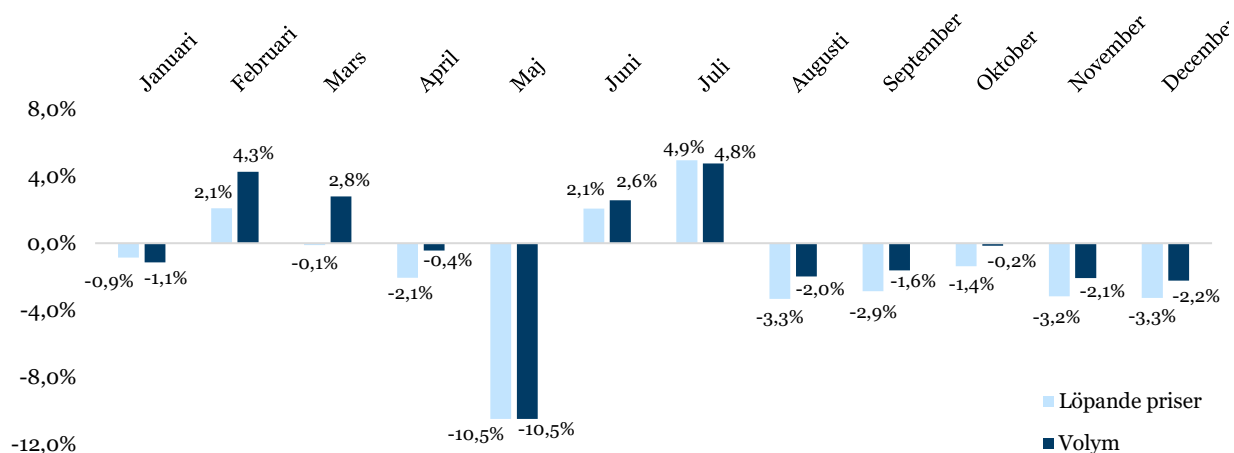
Diagram 5. Försäljningsutveckling i kläd- och skohandeln under år 2019 i löpande priser och volym.



Källa: Stilindex och SCB

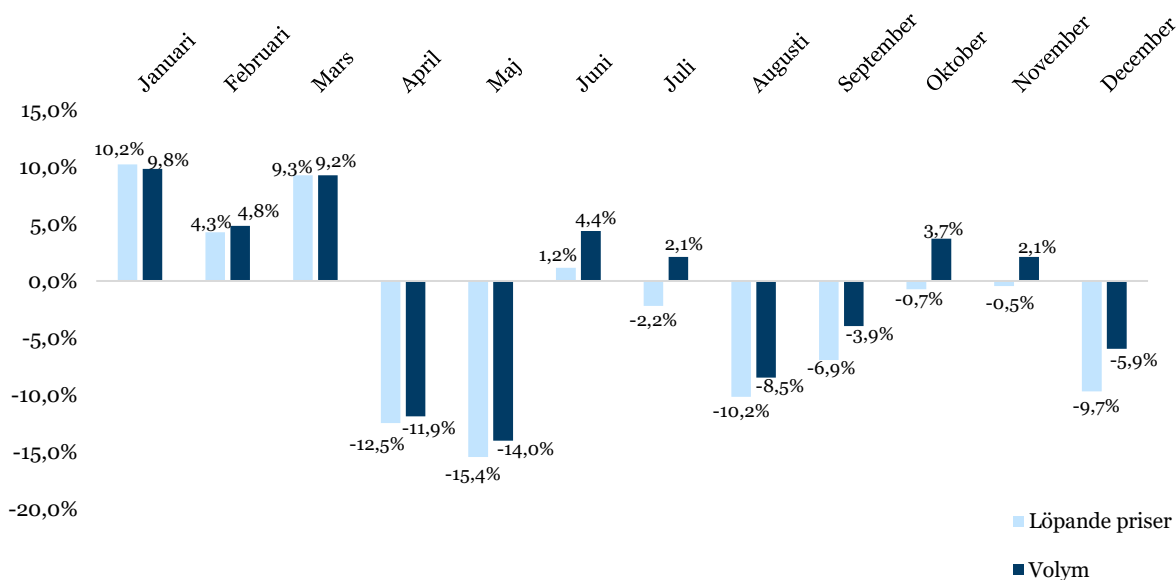
*Utvecklingstalen för delbranscherna inkluderar ej rena e-handelsföretag.

Diagram 6a. Försäljningsutveckling i klädhandeln per månad under 2019 jämfört med 2018.



Källa: Stilindex och SCB

Diagram 6b. Försäljningsutveckling i skohandeln per månad under 2019 jämfört med 2018.



Källa: Stilindex och SCB

Januari-april 2019: Svag start på året för modehandeln

Perioden januari till april innebar en svag inledning på året för modehandeln. Klädförsäljningen minskade enligt Stilindex med 0,5 procent i löpande priser under perioden men ökade med 1,2 procent i volym. Skohandeln ökade med 0,2 procent i löpande priser och 0,4 procent i volym. Minskade marginaler och ökad konkurrens, bland annat från nya e-handelsaktörer, bidrog till denna utveckling.

Maj-augusti 2019: Stort tapp för skohandeln

Under perioden maj till augusti blev utvecklingen sämre för modehandeln. Klädförsäljningen minskade enligt Stilindex med 2,0 procent i löpande priser under perioden och med 1,6 procent i volym. Skohandeln minskade kraftigt, med 7,4 procent i löpande priser och 4,7 procent i volym.

September-december 2019: En väldigt tuff höst för modehandeln

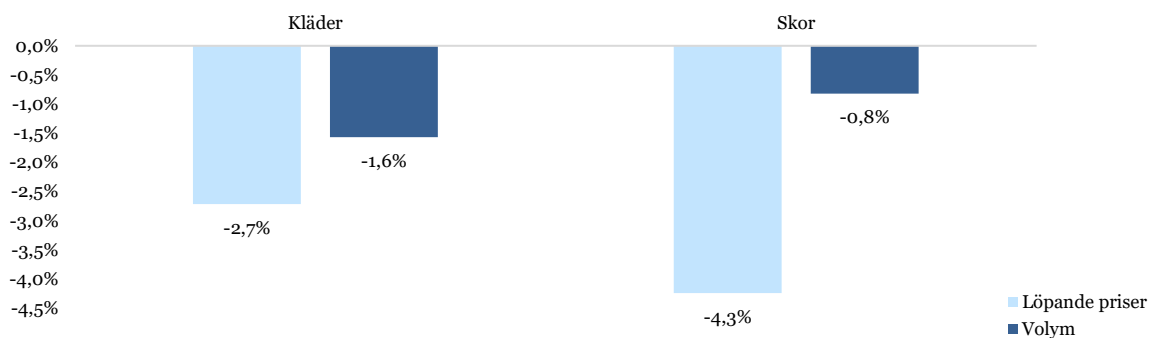
I september backade både klädhandeln och skohandeln ordentligt enligt Stilindex, med 2,9 respektive 6,9 procent. Detta skedde trots svaga jämförelsesiffror från september 2018 och innebar en tuff början på hösten för modehandeln.

Även oktober månad visade en försäljningsnedgång. Försäljningen av kläder minskade med 1,4 procent under månaden och skoförsäljningen minskade med 0,7 procent. Det faktum att både september och oktober uppvisade minussiffror hade en stor negativ påverkan på modehandeln, då dessa höstmånader är några av de försäljningsmässigt viktigaste månaderna under året.

Den negativa trenden fortsatte in i november, där klädhandeln tappade hela 3,2 procent medan försäljningen i skohandeln minskade med 0,5 procent. Även om skohandelns tapp kan tyckas litet måste det ställas i ljuset av förra årets novembermånad som visade minus 12,9 procent, vilket innebär att jämförelsesiffrorna var mycket svaga. Black Week-fenomenet verkar dessutom ha gått sämre för de klädaktörer som främst har fysiska butiker. Dessa klädaktörers e-handel visade ett större minus än den fysiska handeln i november. Den svaga näthandeln beror på att Black Week inträffade vid månadsskiftet just detta år, vilket innebär att en del av e-handelsförsäljningen som Black Week orsakar spillde över i december. För skor gäller det omvända då näthandeln förbättrade siffrorna något.

Decemberhandeln blev en besvikelse för modehandeln, även om månaden fick en stark e-handelstillväxt. Försäljningen fram till jul var svag och mellandagshandeln gick ännu sämre. Vinterns frånvaro spelade en väsentlig roll för det dåliga utfallet, framför allt för skohandeln som är mer väderberoende än klädhandeln.

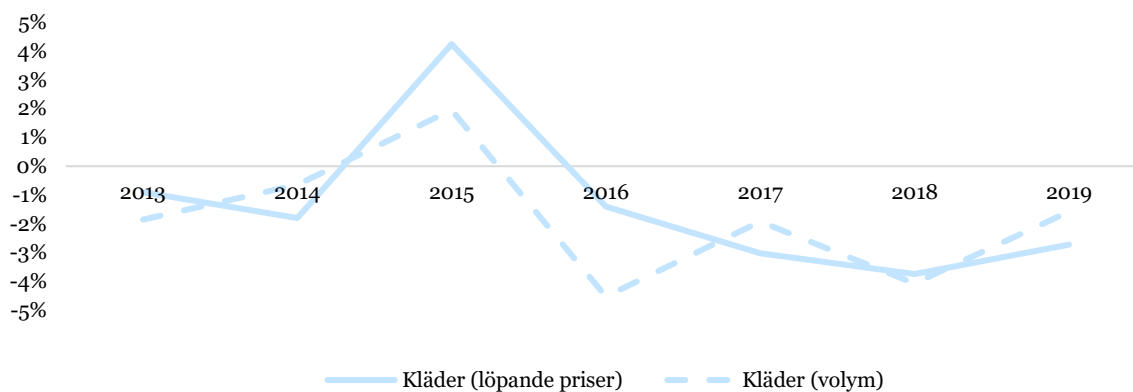
Diagram 7. Försäljningsutveckling i klädhandeln och skohandeln under tredje tertialet (september till december) 2019 jämfört med samma period föregående år.



Källa: Stilindex och SCB

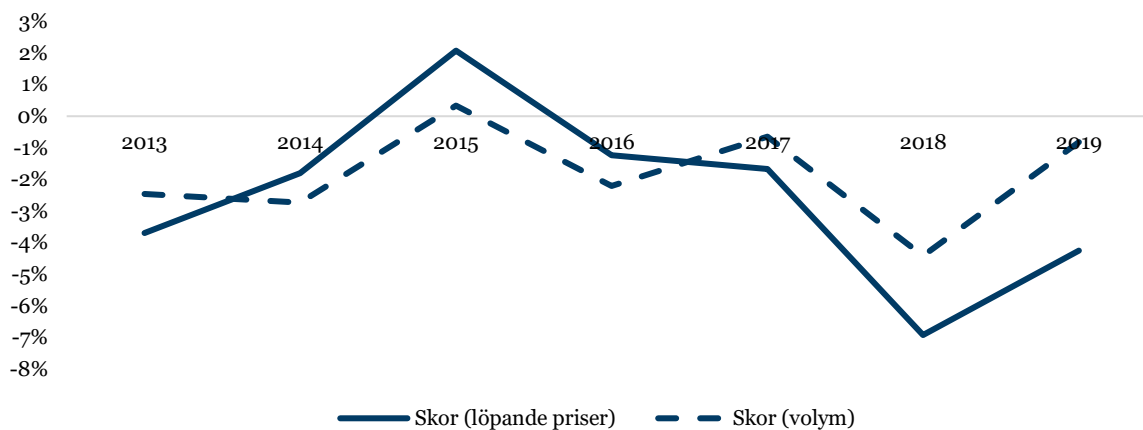
I diagrammen nedan illustreras klädhandelns och skohandelns utveckling i löpande priser och volym under perioden september till december från 2013 och framåt. Skohandeln har haft en kraftigt nedåtgående trend sedan 2015, men återhämtade sig något under 2019. Varken klädhandeln eller skohandeln har dock kunnat uppvisa någon positiv utveckling under de senaste åren. En bidragande orsak till detta är det faktum att kronan försvagats mot dollarn och euron. Importpriserna ökade med 5,3 procent under perioden, samtidigt som priserna mot konsument pressades ned och minskade med 1,5 procent.

Diagram 8a. Klädhandelns utveckling i löpande priser och volym under tredje tertialet (september till december) 2013–2019.



Källa: Stilindex och SCB

Diagram 8b. Skohandelns utveckling i löpande priser och volym under tredje tertialet (september till december) 2013–2019.



Källa: Stilindex och SCB

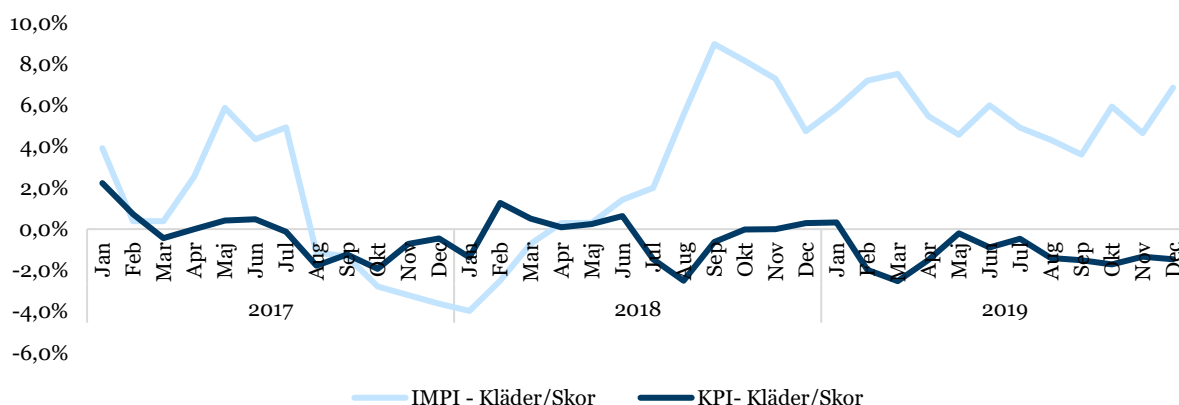
Svag kronkurs och sjunkande konsumentpriser urholkar marginaler

Under 2019 försvagades den svenska kronan mot euron. Växelkursen låg i genomsnitt på 10,6 svenska kronor per euro under året. Genomsnittet för helåret 2018 var 10,3 kronor per euro. Samma trend gäller för kronans ställning mot den amerikanska dollarn. Under 2019 låg växelkursen i genomsnitt på 9,5 kronor per amerikansk dollar, vilket kan jämföras med ett genomsnitt på 8,7 under 2018.

Som ett resultat av den svaga kronkursen steg importpriserna på kläder och skor med 5,6 procent under 2019. Detta sätter stark press på den importberoende modehandeln.

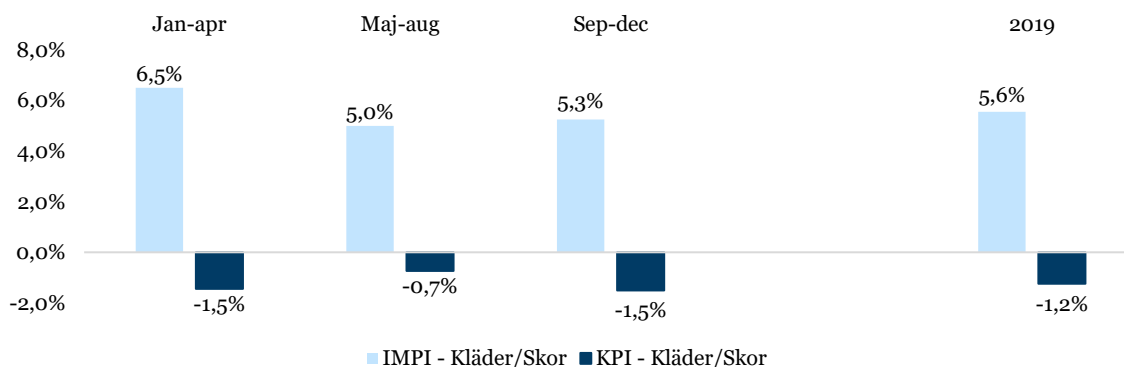
Konsumentpriserna i modehandeln minskade dessutom med 1,2 procent mellan 2018 och 2019. I kombination med stigande importpriser urholkar detta modeföretagens marginaler, vilket pressar lönsamheten i branschen.

Diagram 9a. Utveckling för konsument- respektive importpriser för kläd- och skohandeln. Januari 2017 till december 2019. Importprisindex (IMPI) med indexår 2014. Konsumentprisindex (KPI) redovisas som procentuell förändring jämfört med motsvarande månad föregående år.



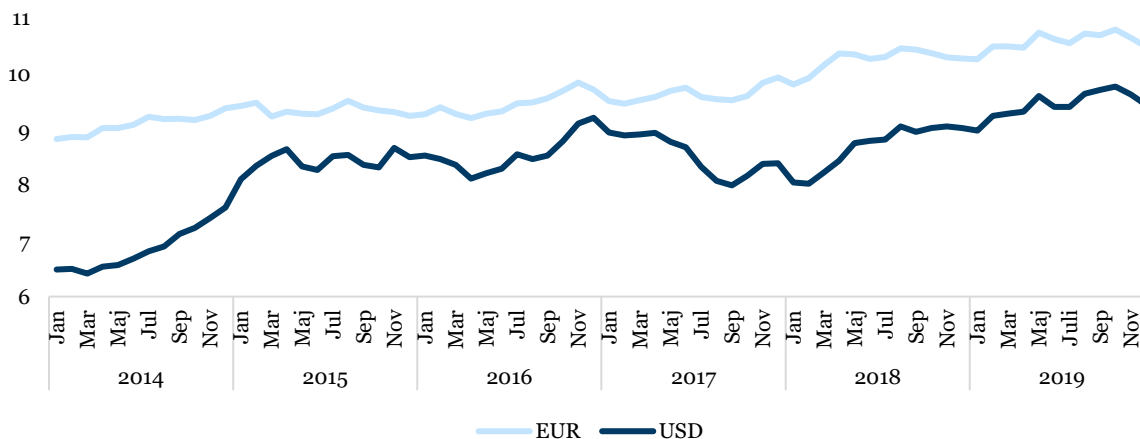
Källa: SCB

Diagram 9b. Utveckling för konsument- respektive importpriser för kläd- och skohandeln under 2019 jämfört med 2018.



Källa: SCB

Diagram 9c. Växelkurs SEK/EUR samt SEK/USD månadssnitt under perioden januari 2014 till december 2019.



Källa: Riksbanken