

Stilanalys – februari 2019

Rapporten i korthet

- Under 2018 minskade försäljningen enligt Stilindex med 2,8 procent för kläder och 3,4 procent för skor i löpande priser. Försäljningsvolymerna minskade med 2,6 respektive 3,2 procent under året.
- Modepriserna gentemot konsument minskade med 0,2 procent under 2018 jämfört med året innan. Under samma period steg importpriserna för mode med 2,6 procent. Att importpriserna stiger samtidigt som prisutvecklingen mot konsument inte följer med bidrar till att marginalerna i branschen pressas.
- Avslutningen på året blev dyster för modehandeln. Sommarvärmen försenade försäljningsstarten för höstmodet och november koncentreras allt mer till Black Friday som har sin tyngdpunkt i andra branscher.
- Den viktiga julhandeln tappade jämfört med året innan men tappet mildrades något av mellandagsrean.
- Modehandeln har det tufft i hela Västeuropa – utvecklingen i Sverige dock något mer negativ.



September-december: Trög avslutning på året för modehandeln

Modehandeln med kläder och skor befinner sig i en tid av omvälvning. Konkurrenten från andra branscher ökar, e-handeln växer snabbt och digitaliseringen leder till både nya affärsmodeller och nya konsumentbeteenden. Detta innebär stora utmaningar för den traditionella modehandeln. Under helåret 2018 minskade försäljningen för både kläder och skor samtidigt som marginalerna fortsatte att pressas i branschen (mer om helåret under avsnittet ”Minskad försäljning för modehandeln under 2018”).

Avslutningen på året är modehandelns största sett till försäljning, vilket gör perioden till en av de viktigaste för branschen. Försäljningsutvecklingen var dock negativ även under denna period. Försäljningen av kläder och skor minskade i både löpande priser och volym under perioden september till december jämfört med samma period 2017. I klädhandeln var den negativa utvecklingen relativt konstant under hela perioden. Försäljningen minskade med 3,7 procent i löpande priser och med 4,1 procent i volym. Även skohandeln tappade i försäljning under avslutningen av året. Totalt minskade skohandelns försäljning med 6,9 procent i löpande priser och 4,4 procent i volym.

Värmen försenade försäljningsstarten för höstmodet

Värmen ställde till det en del för modehandeln under hösten. Sommarvärmen varade ända in i september och i oktober inföll det som kallas Brittsommar med ovanligt höga temperaturer. Värmen gjorde att försäljningen av höstens mode försenades, vilket gjorde att både kläder och skor gick sämre än vanligt i september och oktober.

Black Friday tar ett större grepp om november

Försäljningen fortsatte att utvecklas negativt även i november. Klädhandeln minskade med 3,4 procent och skohandeln med hela 12,9 procent i löpande priser. En förklaring till november månads tapp kan vara Black Friday. Sannolikt viger konsumenterna en större andel av sina inköp under månaden till andra branscher än modehandeln, exempelvis elektronikhandeln, och köp av tidiga julklappar. Köp som framför allt gynnar andra branscher. En annan bidragande faktor är att konsumenterna sannolikt avvaktar sina köp i november till Black Friday, vilket bidrar till att köpen i närtid runt köphögtiden minskar.

Starkare mellandagsrea hjälpte inte modehandeln i december

I december ökade försäljningen av skor med 2,8 procent i volym. Dock var prisutvecklingen negativ under månaden, vilket gjorde att utvecklingen i löpande priser fortfarande var negativ och landade på minus 0,3 procent. Försäljningen av kläder minskade med 3,8 procent i löpande priser och med 4,6 procent i volym. December månad hade en trög inledning men mellandagsrean hjälpte till att lyfta månaden något.

Diagram 1a. Klädhandels utveckling i löpande priser och volym under tredje tertialen (sep-dec) 2013-2018.

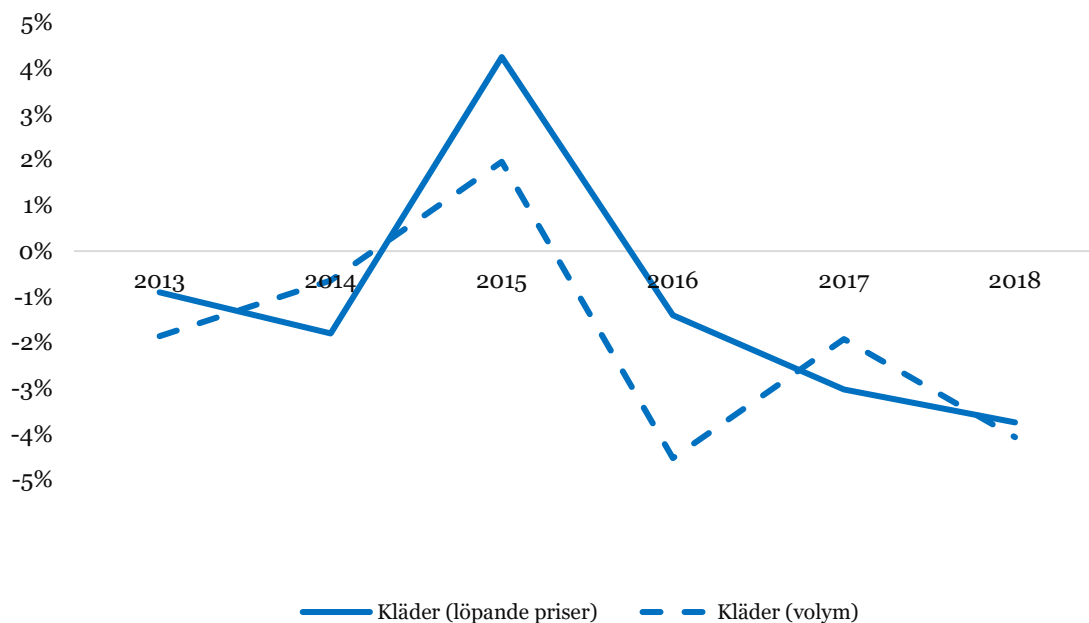
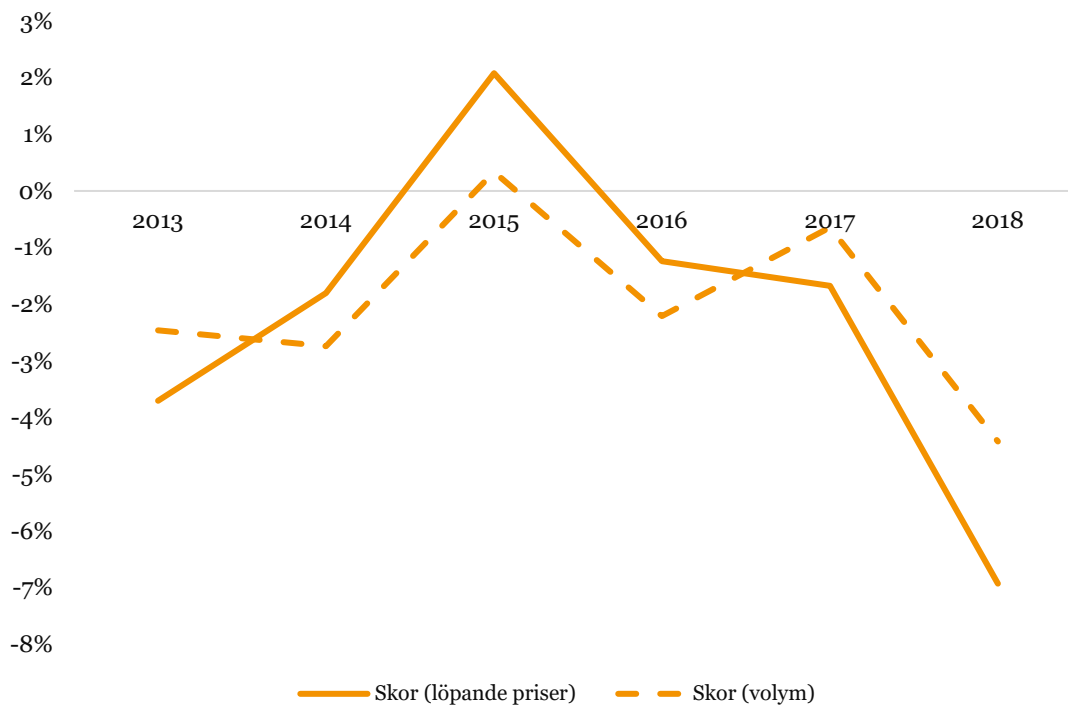


Diagram 1b. Skohandels utveckling i löpande priser och volym under tredje tertialen (sep-dec) 2013-2018.



Källa: Stilindex och SCB

Minskad försäljning under helåret 2018

Modehandeln hade det tufft under 2018. Klädhandelns försäljning minskade med 2,8 procent i löpande priser. Eftersom priserna mot konsument sjönk något under perioden var minskningen i volym något lägre, 2,6 procent. Skohandeln minskade med 3,4 procent i löpande priser under året och med 3,2 procent i volym jämfört med 2017.

Svag inledning på 2018

Endast två respektive tre månader uppvisade tillväxt i löpande priset för kläder respektive skor. Årets tre första månader hade störst negativ utveckling under året. Januari är en klassisk reamånad med generellt lägre marginaler och februari ligger inklämd mellan rean och startpunkten för vårmodet. Mars däremot är en viktig månad för modehandeln då vårens mode lanseras, vilket innebär produkter med bättre marginal. Den negativa utvecklingen i mars är därför extra kännbar. Utfallet i början av året försämrades sannolikt av snöoväder i stora delar av landet i februari samt av att påsken, som är en högtid där dagligvaruhandeln snarare än sällanköpsvaruhandeln går starkt, inföll i mars.

Revansch under april och maj

Glädjande nog vände utvecklingen i april månad. Både kläder och skor utvecklades positivt, vilket var lite av en revansch för den minskade försäljningen i mars. Goda väderförhållanden och en bra kalenderpåverkan med den tidiga påsken i mars samt dåliga jämförelsetal bidrog till den fina utvecklingen. Även maj utvecklades positivt jämfört med samma period föregående år på grund av att sommarvädret kom tidigt.

Värmeböljan skapade varubrist i handeln och försenade höstmodets försäljning

Den goda försäljningen i april och maj och den extrema värmeböljan bidrog till en sämre försäljning i juni och juli på grund av att det blev brist på sommarvaror i butikerna. I augusti tappade klädhandeln medan skohandeln uppvisade tillväxt. Då skohandeln är mer vädersstyrd gynnades branschens försäljning av några dagars regn. Det varma vädret bidrog vidare till en trög start på höstförsäljningen och utvecklingen under september till december var negativ för både kläder och skor jämfört med samma period föregående år.

Diagram 2a. Försäljningsutveckling i klädhandeln och skohandeln 2018 jämfört med 2017.

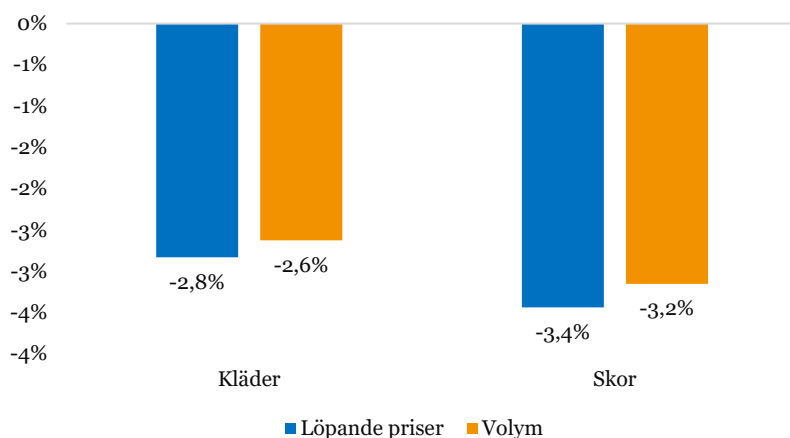


Diagram 2b. Försäljningsutveckling i klädhandeln per månad 2018 jämfört med samma period föregående år.

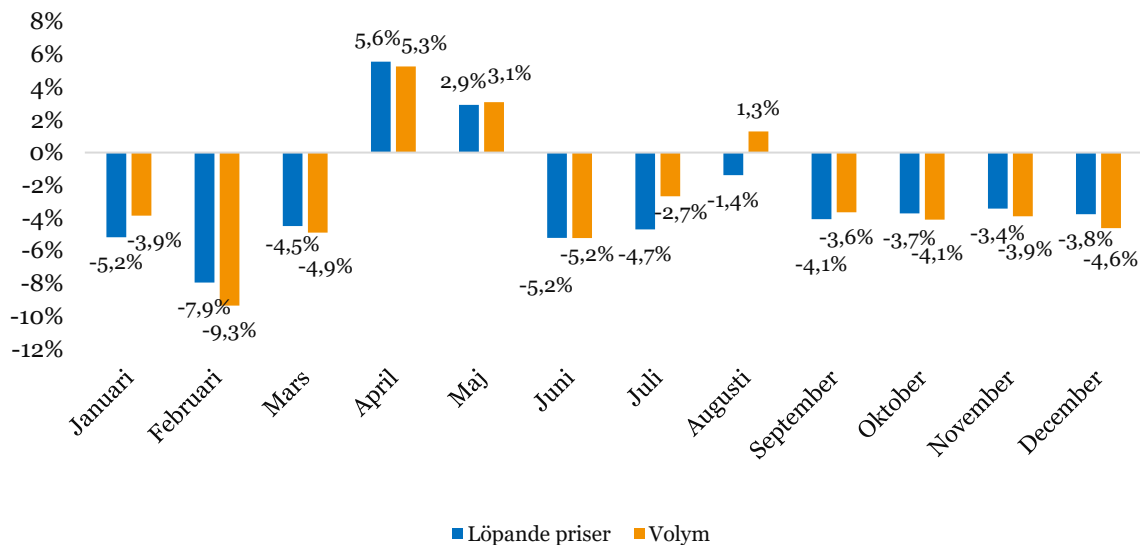
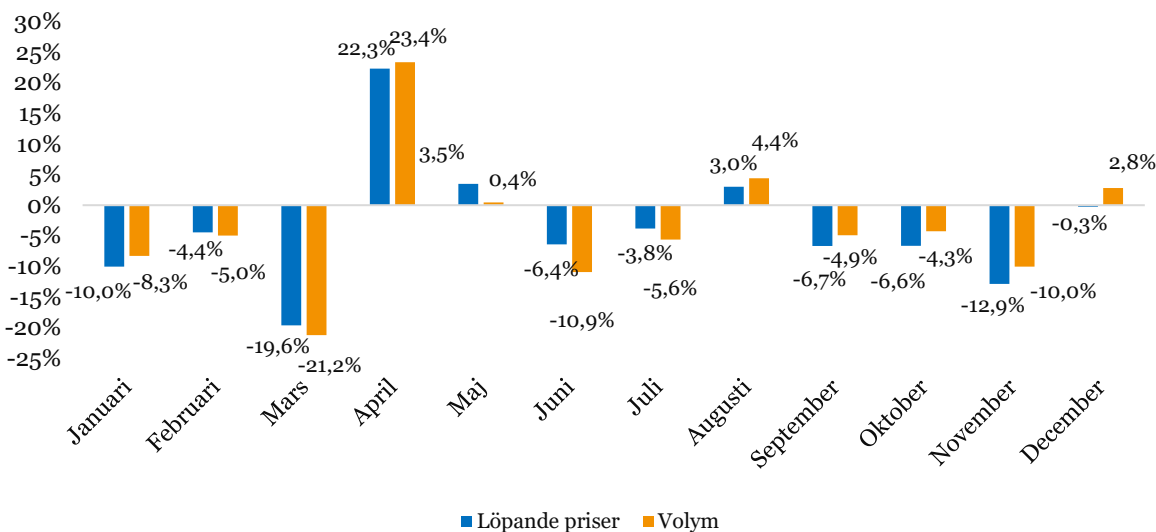


Diagram 2c. Försäljningsutveckling i skohandeln per månad 2018 jämfört med samma period föregående år.



Källa: Stilindex samt KPI (SCB)

Ökade importpriser gav lägre marginaler under 2018

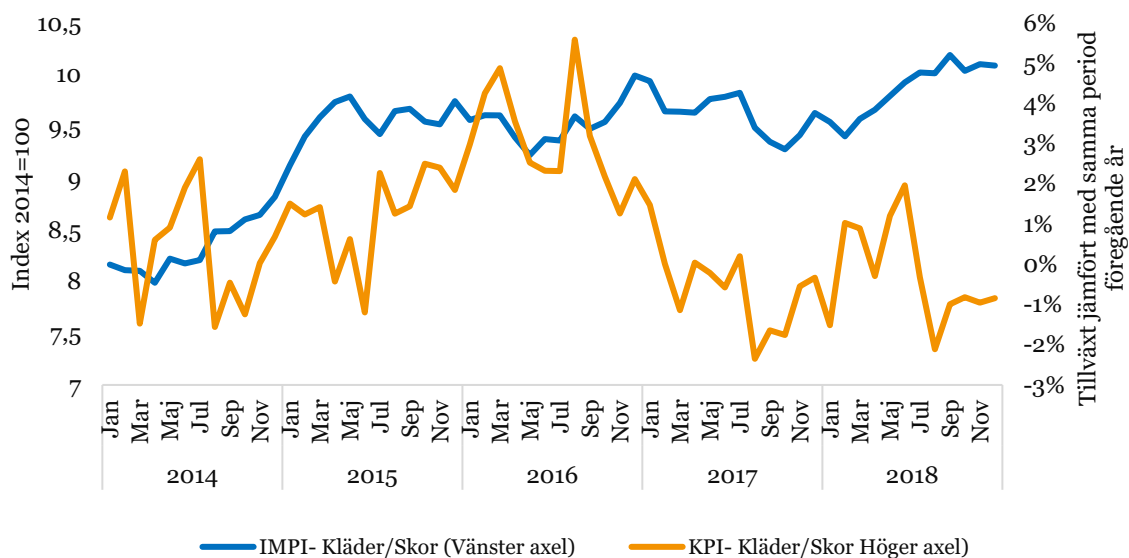
Under 2018 var den svenska kronan svag i förhållande till euron och dollarn, vilket påverkade den svenska modehandeln eftersom i stort sett alla produkter inom modehandeln tillverkas utomlands och köps i dollar respektive euro. Detta får i sin tur effekt på butikernas prissättning och marginaler (läs mer om hur den svenska valutan påverkar modehandeln i tidigare stilanalys från Svensk Handel Stil).

Importpriserna på kläder och skor fortsatte under helåret 2018 att öka medan priserna i butik minskade, vilket skapade ett större glapp mellan inköpspriser och försäljningspriser som i sin tur ledde till lägre marginaler för handlarna. Importpriserna hade under perioden januari-april en negativ utveckling men mellan maj och augusti fortsatte de att stiga och

mellan september och december ökade de med 7,3 procent. De senaste åren har euron legat på en nivå runt 9 till 10 svenska kronor per euro och den amerikanska dollarn har legat runt 8 till 9 svenska kronor per dollar. Under perioden september-december 2018 minskade euron svagt i värde jämfört med den svenska kronan och låg i december på 10,28 kronor per euro. Dollarn fortsatte däremot att stiga till ett värde av drygt 9 kronor per dollar.

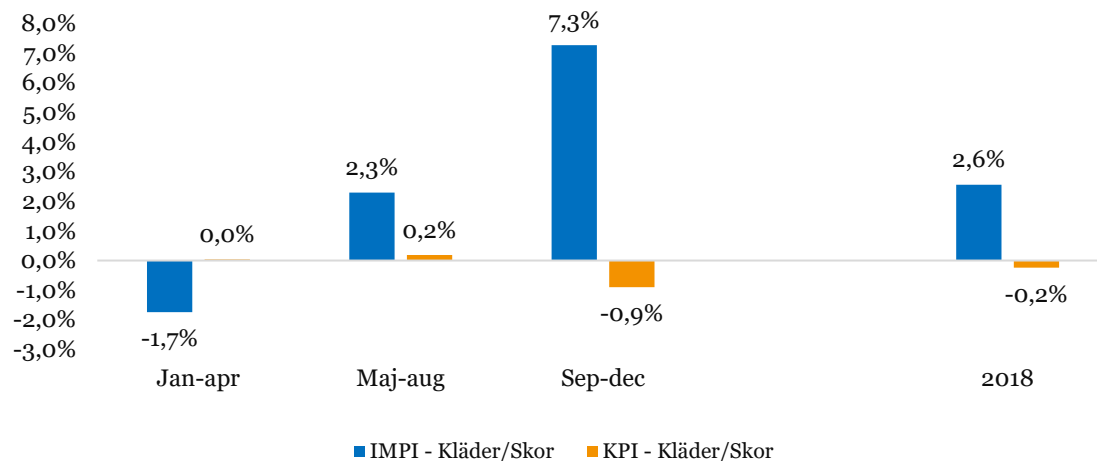
Under första halvåret 2018 ökade priserna mot konsument något följt av en mer drastisk minskning i augusti. Mellan september och december var utvecklingen svagt negativ jämfört med samma period föregående år. Under helåret 2018 utvecklades priserna svagt negativt jämfört med året innan.

Diagram 3a. Utveckling för konsument- respektive importpriser för kläd- och skohandeln. Januari 2014-december 2018. Importprisindex (IMPI) 2014=100, Konsumentprisindex (KPI) Procentuell förändring jämfört med motsvarande månad föregående år.



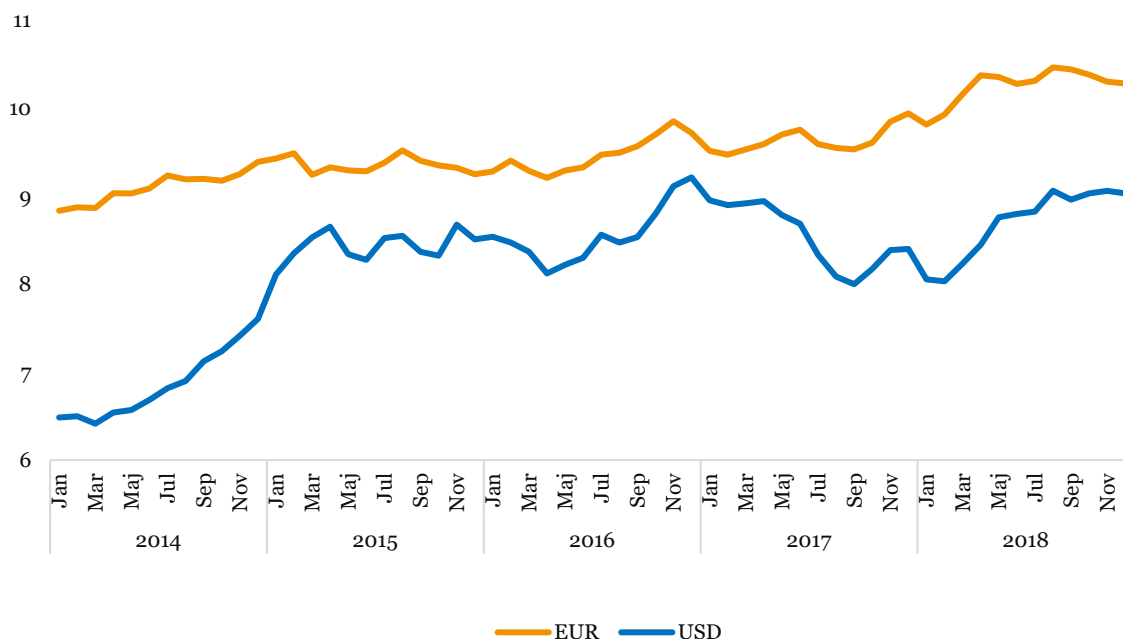
Källa: SCB

Diagram 3b. Utveckling för konsument- respektive importpriser för kläd- och skohandeln 2018 jämfört med samma period föregående år.



Källa: SCB

Diagram 3c. Växelkurs SEK/EUR samt SEK/USD månadssnitt januari 2014- december 2018.



Källa: Riksbanken

Modehandeln har det tufft i hela Europa

Den svenska modehandeln har efter 2008 växt långsammare än åren efter millennieskiftet. Modehandeln har inte gynnats av den goda köpkraftsutvecklingen, högkonjunkturen och de låga räntorna i samma utsträckning som andra branscher. Modevaror har istället stött på en ökad konkurrens från andra branscher som blivit allt viktigare för konsumenterna samtidigt som konkurrenssituationen i branschen förändrats snabbt. Den nya verkligheten består bland annat av fler internationella spelare, ökad priskonkurrens och en e-handel som tar marknadsandelar. En snabb jämförelse med övriga Europa visar att Sverige inte är ensamt om utvecklingen och att modehandelns tillväxt har minskat efter 2008 i många länder i Västeuropa.

Diagram 4a. Årlig genomsnittlig utveckling för modehandeln i de nordiska länderna 2000-2007 och 2009-2018*, löpande priser (2008 har tagits bort för att exkludera den största effekten av finanskrisen)

ÅRSPERIOD	DANMARK	FINLAND	NORGE	SVERIGE
2000-2007	+6,0 %	+4,3 %	+4,5 %	+2,0 %
2009-2018	-1,5 %	-0,3 %	+0,5 %	-0,7 %

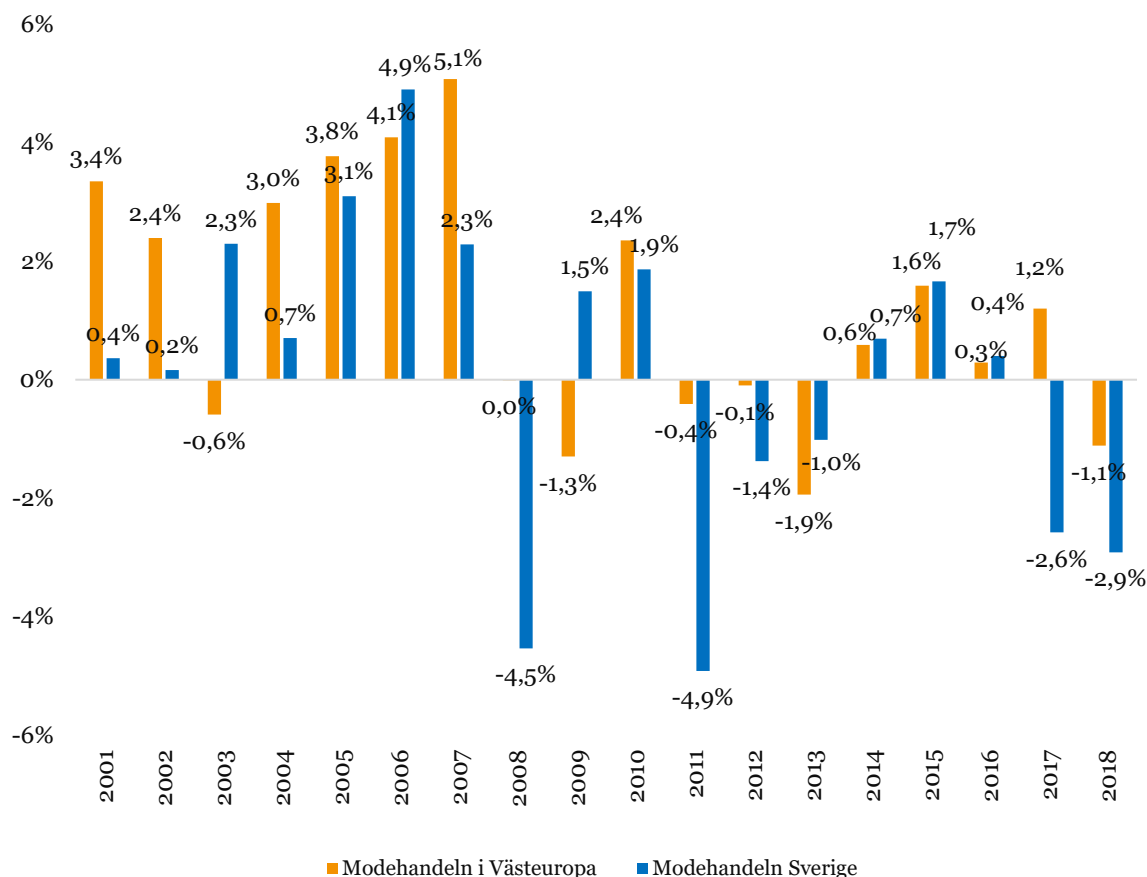
Källa: Eurostat och Stilindex för Sverige.

*Modehandeln från Eurostat innefattar försäljning hos fysiska butiksaktörer specialiserade inom kläder respektive skor samt deras försäljning online.

I våra nordiska grannländer är mönstret tydligt. Den genomsnittliga årliga tillväxttakten var betydligt högre åren före 2008 än åren efter. Modehandeln växte i snitt med mellan 4 och 6 procent före 2008 medan tillväxttakten har varit svag eller negativ sedan dess.

Variationerna kan till viss del förklaras av den ekonomiska utvecklingen i länderna och framför allt Danmark och Finland har haft en del ekonomiska utmaningar under några av åren efter 2008, men trenden är ändå tydlig. Lyfts blicken utanför Norden går det att se samma trend i andra västeuropeiska länder.

Diagram 4b. Genomsnittlig utveckling för Modehandeln i västeuropeiska länder och i Sverige, 2001-2018, löpande priser



Källa: Eurostat och Stil (Inkluderade länder i Västeuropa är Belgien, Danmark, Finland, Frankrike, Italien, Nederländerna, Norge, Portugal, Spanien, Storbritannien, Tyskland, och Österrike.)

I diagrammet ovan syns modehandelns utveckling i ett antal västeuropeiska länder samt i Sverige. Diagrammet visar att tillväxten i både Västeuropa och Sverige var högre mellan 2000 och 2008 än efter 2008. Detta trots en högkonjunktur med goda konsumtionsförhållanden i världsekonomin och Europa under de senaste åren. Tyskland skiljer sig något från de övriga länderna med en negativ utveckling före 2008. Den samlade utvecklingen stärker argumenten för att orsakerna till utvecklingen i Sverige inte är landspecifika utan till stor del europeiska och att det vi ser framför allt är resultatet av ett förändrat konsumentbeteende i västvärlden, även om Sverige har haft en något mer negativ utveckling än de flesta övriga länder. Under 2018 var Storbritannien den enda av de stora västeuropeiska ekonomierna som lyckades nå tillväxt i modehandeln, om än med svaga 0,2 procent. Tyskland, Frankrike, Spanien, Italien och samtliga länder i Norden uppvisade alla en minskad försäljning under 2018.

Diagram 4c. Årlig genomsnittlig utveckling för modehandeln i Västeuropa totalt, Sverige och västeuropeiska länder, 2000-2007 och 2009-2018, löpande priser (2008 tas bort för att exkludera den största effekten av finanskrisen)

LAND/REGION	2000-2007	2009-2018
VÄSTEUROPA	2,7%	0,8%
SVERIGE	2,0%	-0,7%
BELGIEN	3,5%	0,5%
TYSKLAND	-0,3%	1,7%
SPANIEN	4,6%	-1,5%
FRANKRIKE	4,1%	1,4%
ITALIEN	0,7%	0,6%
HOLLAND	1,6%	-1,1%
PORTUGAL	0,6%	-0,3%
STORBRIANNIEN	4,3%	2,5%
ÖSTERRIKE	1,5%	0,8%

Källa: Eurostat och Stilindex för Sverige.

I de östra delarna av Europa ser det lite annorlunda ut. Trenden är visserligen densamma som i Västeuropa med något lägre tillväxt efter 2008, men länderna i Östeuropa uppvisar en betydligt högre tillväxttakt. Några förklaringar till detta är att dessa marknader inte är lika mogna och att finns en växande efterfrågan från konsumenterna samtidigt som nya butiker och koncept fortsätter att etablera sig på marknaderna.

Diagram 4d. Årlig genomsnittlig utveckling för modehandeln i östeuropeiska länder, 2000-2007 och 2009-2018, löpande priser (2008 tas bort för att exkludera den största effekten av finanskrisen)

LAND/REGION	2000-2007	2009-2018
BULGARIEN	16,6%	5,3%
TJECKIEN	7,7%	4,2%
LITAUEN	27,6%	7,0%
UNGERN	8,4%	5,5%
POLEN	12,5%	8,2%
RUMÄNIEN	33,4%	13,1%

Källa: Eurostat