

# Stilanalys – oktober 2019

## Modehandelns utveckling januari – augusti

### Rapporten i korthet

- Under perioden januari till augusti 2019 minskade försäljningen inom klädhandeln enligt Stilindex med 1,3 procent i löpande priser medan försäljningen inom skohandeln minskade med 4,1 procent. Försäljningsvolymerna minskade med 0,3 procent för kläder och med 2,7 procent för skor under perioden. Samtliga utvecklingstal avser förändringen jämfört med samma period 2018.
- Modepriserna mot konsument minskade med 1,1 procent under perioden januari till augusti 2019 jämfört med samma period 2018. Samtidigt har importpriserna ökat med 5,7 procent. En svagare krona gör att priserna för att importera kläder stiger och eftersom modeaktörerna inte lyckas höja priserna minskar marginalen på produkterna, vilket pressar lönsamheten.
- Skohandeln har haft det tufft under en längre tid och den negativa utvecklingen är hänförlig till konkurrens från nättaktörer, förändrat konsumentbeteende och trender som inte gynnar den traditionella skohandeln.



## **Försäljningsutveckling 2019**

Detaljhandeln som helhet hade enligt SCB en positiv utveckling under första halvåret med en ökning om 3,1 procent jämfört med samma period föregående år. Elektronikhandeln och bygghandeln går starkt med tillväxttal om 4,9 procent vardera, följt av skönhetshandeln vars utveckling uppgick till 4,7 procent. Samtidigt upplever leksakshandeln ett tapp om 5,0 procent, vilket till stor del är hänförligt till Top-Toys (Toys'R'Us och BR Leksaker) rekonstruktion i november 2018. Att företaget stängde samtliga butiker i Sverige skapade ett tomrum på marknaden, vilket bidrog till en minskad försäljning för branschen.

### **Modehandelns utveckling under perioden januari till augusti**

Den negativa utvecklingen för klädhandeln och skohandeln ser ut att fortsätta enligt Stilindex, som mäter försäljningen i jämförbara enheter för fysiska butiker samt deras e-handel. Under perioden januari till augusti minskade omsättningen med 1,3 procent för kläder och 4,1 procent för skor. Mätt i volym har klädhandeln minskat med 0,3 procent samtidigt som skohandeln tappat 2,7 procent under perioden. Diagrammen illustrerar den ackumulerade försäljningsutvecklingen för perioden samt utvecklingen per månad.

### **Januari-april: Svag start på året för modehandeln**

Perioden januari till april gav 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 0,9 procent i löpande priser och 1,1 procent i volym. Minskade marginaler och ökad konkurrens, framförallt från e-handeln, har bidragit till denna utveckling.

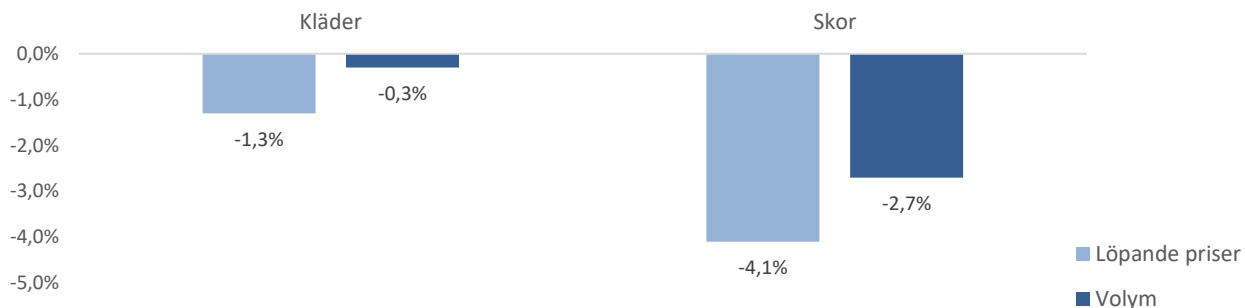
### **Maj-augusti: Stort tapp för skohandeln**

Under perioden maj till augusti fortsatte den negativa utvecklingen. 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.

I september minskade klädhandeln med 2,9 procent i löpande priser och 1,7 procent i volym, samtidigt som skohandeln såg en nedgång med 6,9 procent i löpande priser och 3,9 procent i volym.

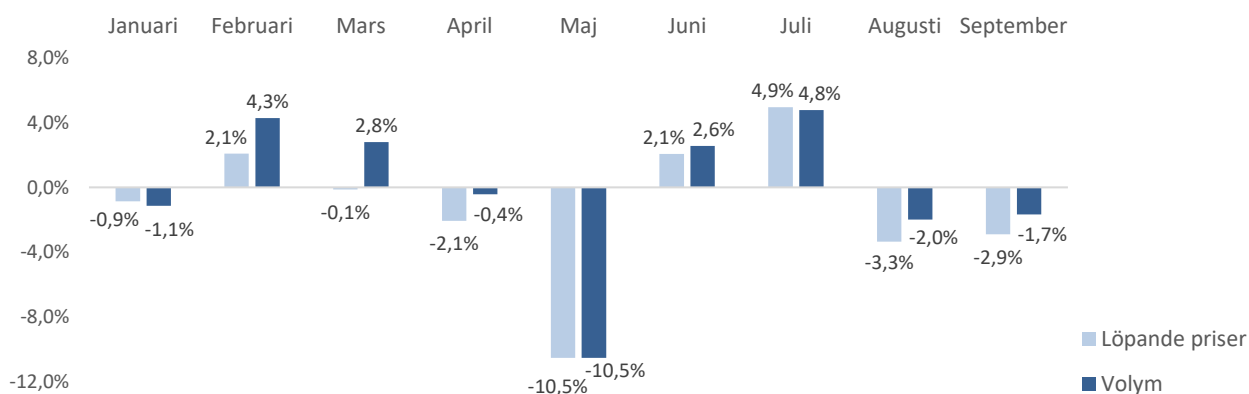
Den rena e-handelsförsäljningen för modevaror har en fortsatt hög utvecklingstakt enligt E-barometern, med en tillväxt på 13 procent under det första kvartalet och 12 procent under det andra. Konsumentpriserna har minskat med 1 procent för kläder och 1,4 procent för skor under perioden januari till augusti.

**Diagram 1. Försäljningsutveckling i kläd- och skohandeln under perioden januari till augusti 2019 jämfört med samma period föregående år.**



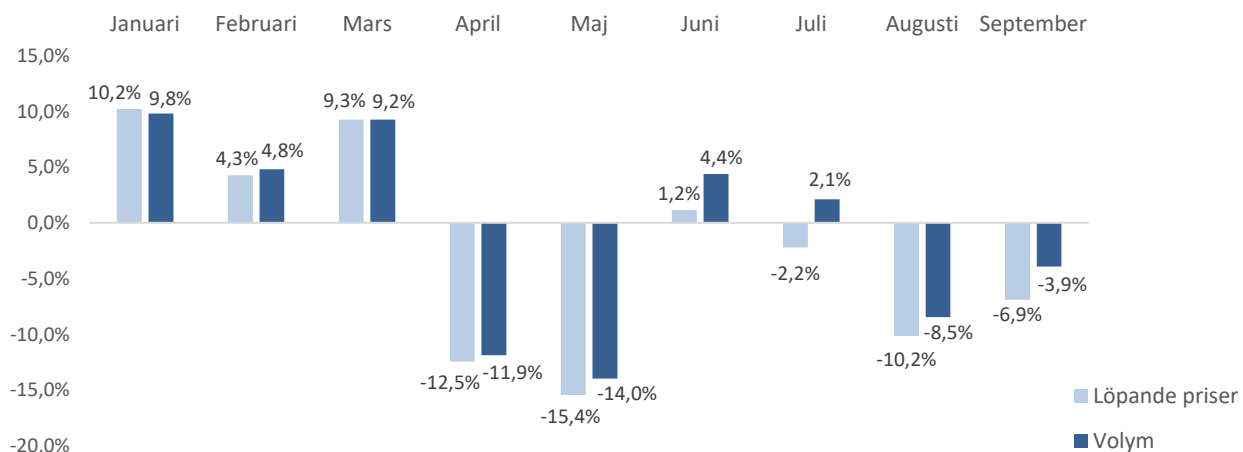
Källa: Stilindex och SCB

**Diagram 2a. Försäljningsutveckling i klädhandeln per månad under januari till september 2019 jämfört med samma period föregående år.**



Källa: Stilindex och SCB

**Diagram 2b. Försäljningsutveckling i skohandeln per månad under perioden januari till september 2019 jämfört med samma period föregående år.**



Källa: Stilindex och SCB

## Maj-augusti: Kraftig nedgång i periodens viktigaste månad

Att försäljningen av kläder och skor skulle minska i maj var förväntat efter stora uppgångar förra våren som gav svåra jämförelsesiffror, men nedgången blev oväntat kraftig. Enligt Stilindex hade klädhandeln en negativ utveckling med 10,5 procent i maj jämfört med samma månad förra året samtidigt som skoförsäljningen minskade kraftigt med 15,4 procent.

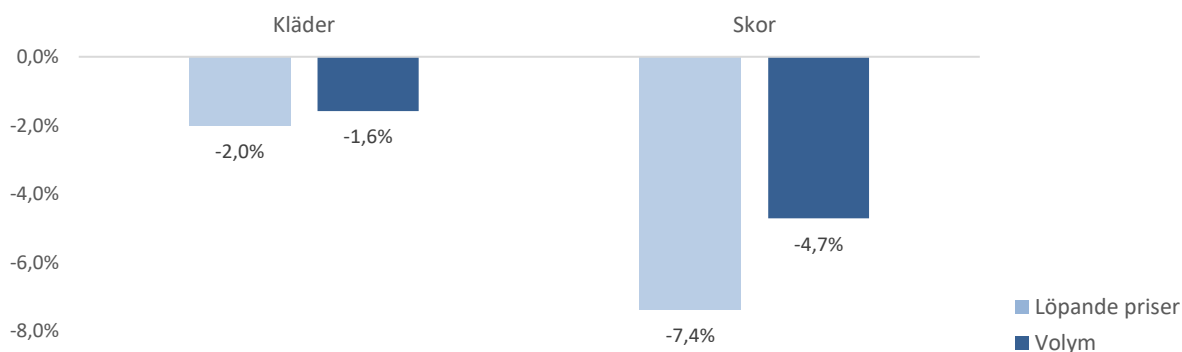
Efter maj månads svaga siffror fick modehandeln ett uppsving under juni. Försäljningen av kläder ökade med 2,1 procent under månaden och skoförsäljningen ökade med 1,2 procent. Ökningen är delvis hänförlig till svaga jämförelsesiffror från föregående år. Maj och juni är viktiga månader för modehandeln eftersom sommarrean inte har börjat, vilket innebär att aktörer i större grad kan sälja till fullpris. De positiva siffrorna i juni kunde dock inte kompensera maj månads kraftiga nedgång, och lönsamheten i branschen påverkades negativt som följd.

Klädhandeln lyckades i juli ta igen fjolårets nedgång på 4,7 procent med marginal och ökade med 4,9 procent. Däremot hade skohandeln det kämpigare med 2,2 procent nedgång trots svaga jämförelsetal i föregående år.

I augusti hade modehandeln det fortsatt motigt och visade en svag utveckling för kläder efter uppsvinget under sommaren, och en riktigt dålig början på hösten för skohandeln. Klädhandeln minskade med 3,3 procent i augusti samtidigt som skoförsäljningen minskade med 10,2 procent.

Under perioden maj till augusti 2019 som helhet minskade klädhandeln med 2 procent i löpande priser och med 1,6 procent i volym, samtidigt som skohandeln hade det mycket kämpigt med en nedgång med 7,4 procent i löpande priser och 4,7 procent i volym.

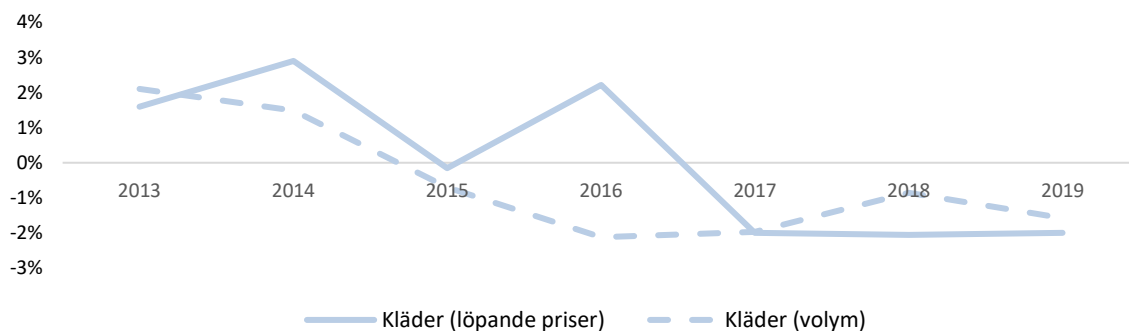
**Diagram 3. Försäljningsutveckling i klädhandeln och skohandeln under andra tertialet (maj till augusti) 2019 jämfört med samma period föregående år.**



Källa: Stilindex och SCB

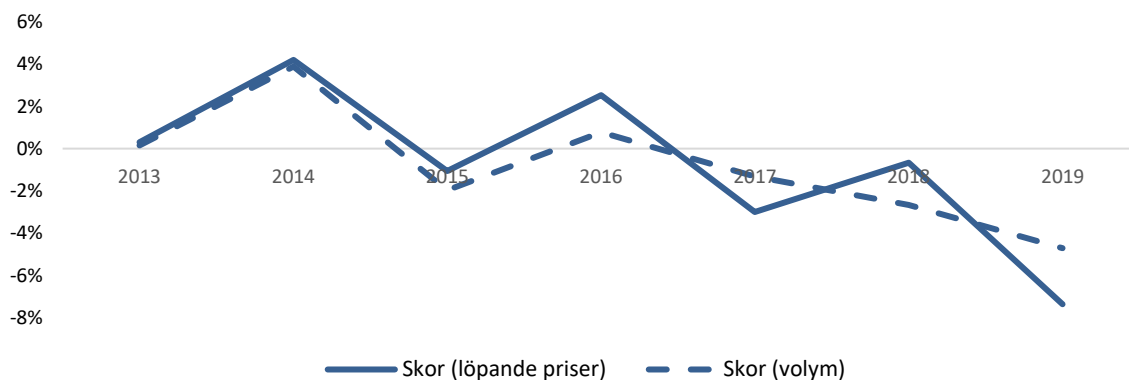
I diagrammen nedan illustreras klädhandeln och skohandeln utveckling i löpande priser och volym under perioden maj till augusti från år 2013 och framåt. Särskilt kraftig är skohandeln nedåtgående trend. Perioden påverkades negativt av en fortsatt försvagning av kronan gentemot både dollarn och euron. Importpriserna ökade med 5,0 procent under perioden, samtidigt priserna mot konsument pressades ned och minskade med 0,7 procent.

**Diagram 4a. Klädhandeln utveckling i löpande priser och volym under andra tertialet (maj till augusti) 2013–2019.**



Källa: Stilindex och SCB

**Diagram 4b. Skohandeln utveckling i löpande priser och volym under andra tertialet (maj till augusti) 2013–2019.**



Källa: Stilindex och SCB

## Stigande importpriser samtidigt som konsumentpriserna pressas

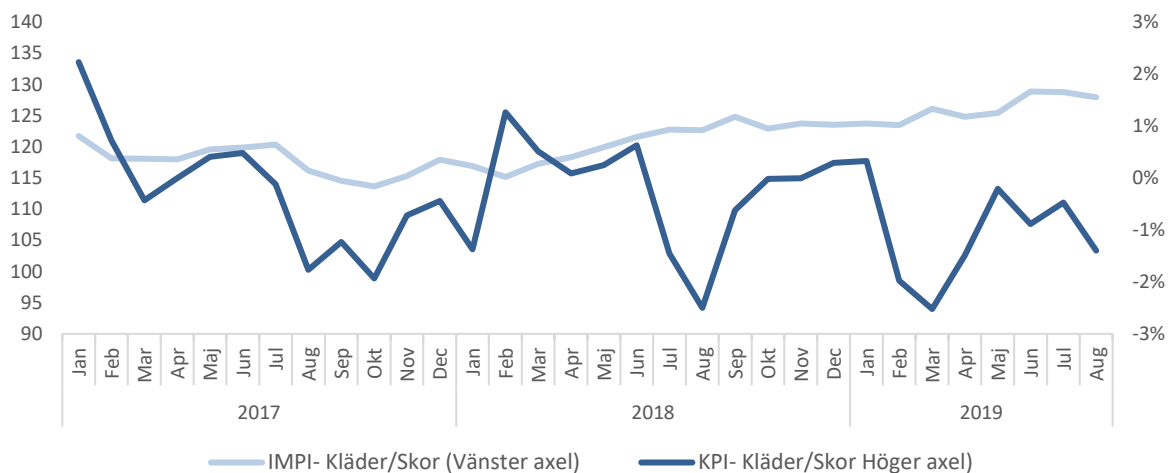
Kronan har fortsatt försvagas mot euron under årets åtta första månader och låg i augusti på 10,7 svenska kronor per euro. Genomsnittet för helåret 2018 var 10,3 svenska kronor per euro. Den svenska kronan bibehåller även sin svaga ställning mot den amerikanska dollarn och låg i augusti på 9,6 kronor per amerikansk dollar, vilket kan jämföras med ett genomsnitt på 8,7 under 2018.

Importpriserna på kläder och skor har stigit med 5,7 procent under perioden januari till augusti 2019. Den svaga svenska kronan, i kombination med stigande importpriser, skapar ett tufft klimat för den importberoende modehandeln.

Konsumentpriserna i modehandeln har minskat med 1,1 procent under perioden januari till augusti 2019 jämfört med samma period föregående år, vilket är ett tecken på att företagen inte lyckats kompensera för de stigande importpriserna genom att höja priserna mot konsumenterna.

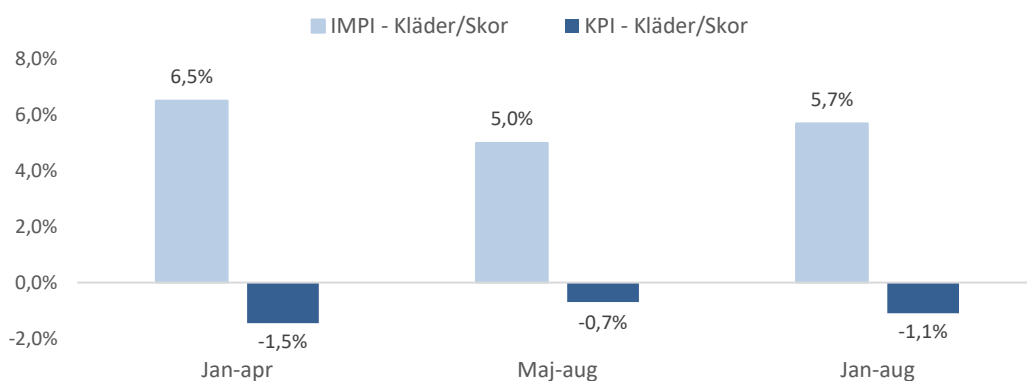
Kombinationen av att importpriserna ökat med 5,7 procent samtidigt som konsumentpriserna sjunker innebär att detaljhandelsföretagens lönsamhet pressas.

**Diagram 6a. Utveckling för konsument- respektive importpriser för kläd- och skohandeln. Januari 2017 till augusti 2019. Importprisindex (IMPI) med indexår 2014. Konsumentprisindex (KPI) Procentuell förändring jämfört med motsvarande månad föregående år.**



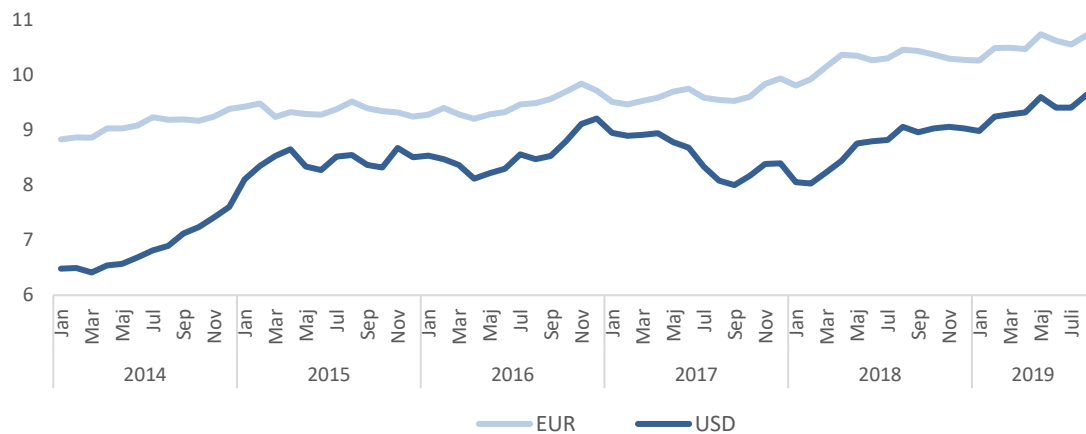
Källa: SCB

**Diagram 6b. Utveckling för konsument- respektive importpriser för kläd- och skohandeln under perioden januari till augusti 2019 jämfört med samma period föregående år.**



Källa: SCB

**Diagram 6c. Växelkurs SEK/EUR samt SEK/USD månadssnitt under perioden januari 2014 till augusti 2019.**

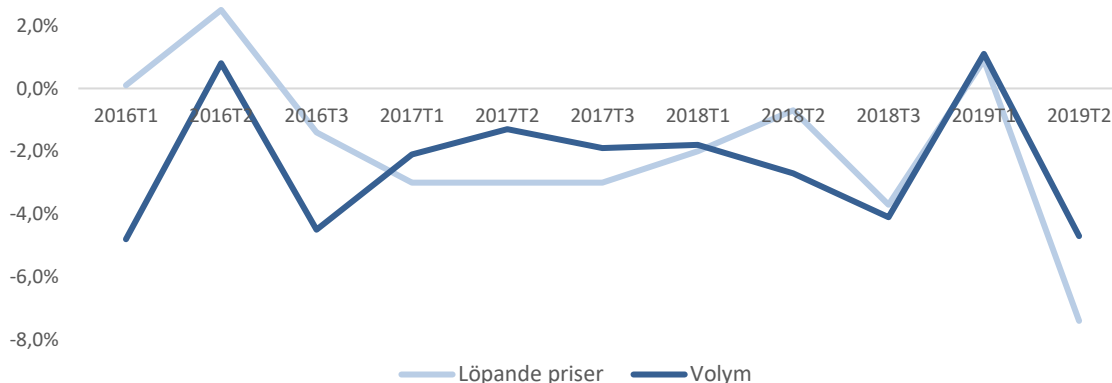


Källa: Riksbanken

## Fortsatt nedgång och nya förutsättningar för skohandeln

Skohandeln har haft det tufft under en längre tid. Under årets första åtta månader har skohandeln minskat med 4,1 procent i löpande priser och 2,7 procent i volym. I diagrammet nedan illustreras skohandelns utveckling per tertial, det vill säga fyramånadersperiod, sedan 2016. Perioden januari till april 2019 var första gången skohandeln upplevde positiva siffror i ett tertial på drygt 3 år, men lyckan blev kortvarig då siffrorna följdes av en kraftig nedgång under andra tertialet.

**Diagram 5. Skohandelns utveckling i löpande priser och volym per tertial 2016–2019.**



Källa: Stilindex och SCB

Den långvariga trenden av negativ utveckling för skohandeln är ett tecken på att en omvandling har skett som branschen inte lyckats anpassa sig till i tillräckligt hög utsträckning. Något som flera branschföreträdare har uttryckt oro för är de höga butikshyrorna i kombination med ett sviktande kundunderlag. Mikael Sandström, branschordförande för Svensk Handel Stil, menar att fastighetsägarna måste anpassa sig efter detta om de vill fortsätta hålla köpcentrum och stadskärnor levande.

## Snabbfotade e-handelsaktörer springer om den traditionella handeln

Tillväxten för e-handeln med skor ser annorlunda ut och visar positiva siffror, vilket till stor del sker på bekostnad av den traditionella skohandeln i Sverige som består av fysiska butikskedjor. Exempelvis omsatte den svenska e-handelsraketen Footway totalt 760 miljoner kronor under 2018, med en tillväxt på mer än 50 procent jämfört med föregående år. Dessutom växer flera andra modeaktörer med försäljning av både kläder och skor snabbt i Sverige. E-handeln har generellt sett en kostnadsstruktur som gör det möjligt att pressa priserna. Ett exempel som kan illustrera skillnaderna i kostnadsstruktur är det faktum att Footways omsättning per anställd ligger nära 15 miljoner kronor medan Nilson Group som samlar några av de största, klassiska skokedjorna i Sverige, har en omsättning per anställd på ungefär 1,8 miljoner kronor. Nätaktörer har däremot andra betydande kostnadsposter, såsom leveranser och en högre returgrad. Pressade priser, logistik- och leveranskostnader samt att många aktörer fokuserar på tillväxt gör dock att lönsamheten för många e-handelsföretag är betydligt lägre än för den fysiska handeln.

## Sneakerstrenden gynnar sporthandlare, nya koncept och varumärken

Försäljningen av sneakers har ökat markant under de senaste åren. Skorna har gått från att associeras med sportutövande och tonårskultur till att passa i nästan alla rum och tidpunkter i livet. Nya koncept har växt fram och tagit marknadsandelar från den traditionella skohandeln med allt från Axel Arigato vars premium-sneakers inte väcker några höjda ögonbryn om de bärs till kostym på jobbet, till Eytys som skapar statement-sneakers där syftet är att sticka ut och vara unik. Trenden



gynnar även sporthandlare och sportvarumärken som Adidas och Nike. Ett exempel på en raket inom kategorin sneakersföretag är Sneakersnstuff, vars omsättning uppgår 532 miljoner med en tillväxt om närmare 60% år 2018.