

Handelsutvecklingen – från trender och omvärld till Östhammars kommun

Nätverksträff för företagare
Gimo 3 februari 2016



@HUIResearch



/HUIResearch

Anna Mocsáry
Analytiker/konsult

anna.mocsary@hui.se
+46 (0)8 762 72 88

Om HUI Research

Forskningsbaserad konsultverksamhet inom handel och turism

- Grundat 1968
- Fristående dotterbolag till Svensk Handel.
- Kontor i Stockholm och Göteborg.
- 30-35 medarbetare.
- Handel, besöksnäring och samhällsekonomi.
- Beslutsunderlag, analys, rådgivning, statistik.
- Årets konsult 2015 NCSC



Vad gör vi?

Detaljhandelsindex (DHI) - varje månad sedan 1990

Handeln i Sverige – varje år sedan 1990

E-barometern – varje kvartal sedan 2003

Köpcentrumbarometern – varje kvartal sedan 2005

SSCD – varje år sedan 2014

Konsumtionsprognoser (KPG) – varje år sedan 1985 (minst)



Årets julklapp sedan 1988

1988



1994



1997



2002



2006



2009



2014



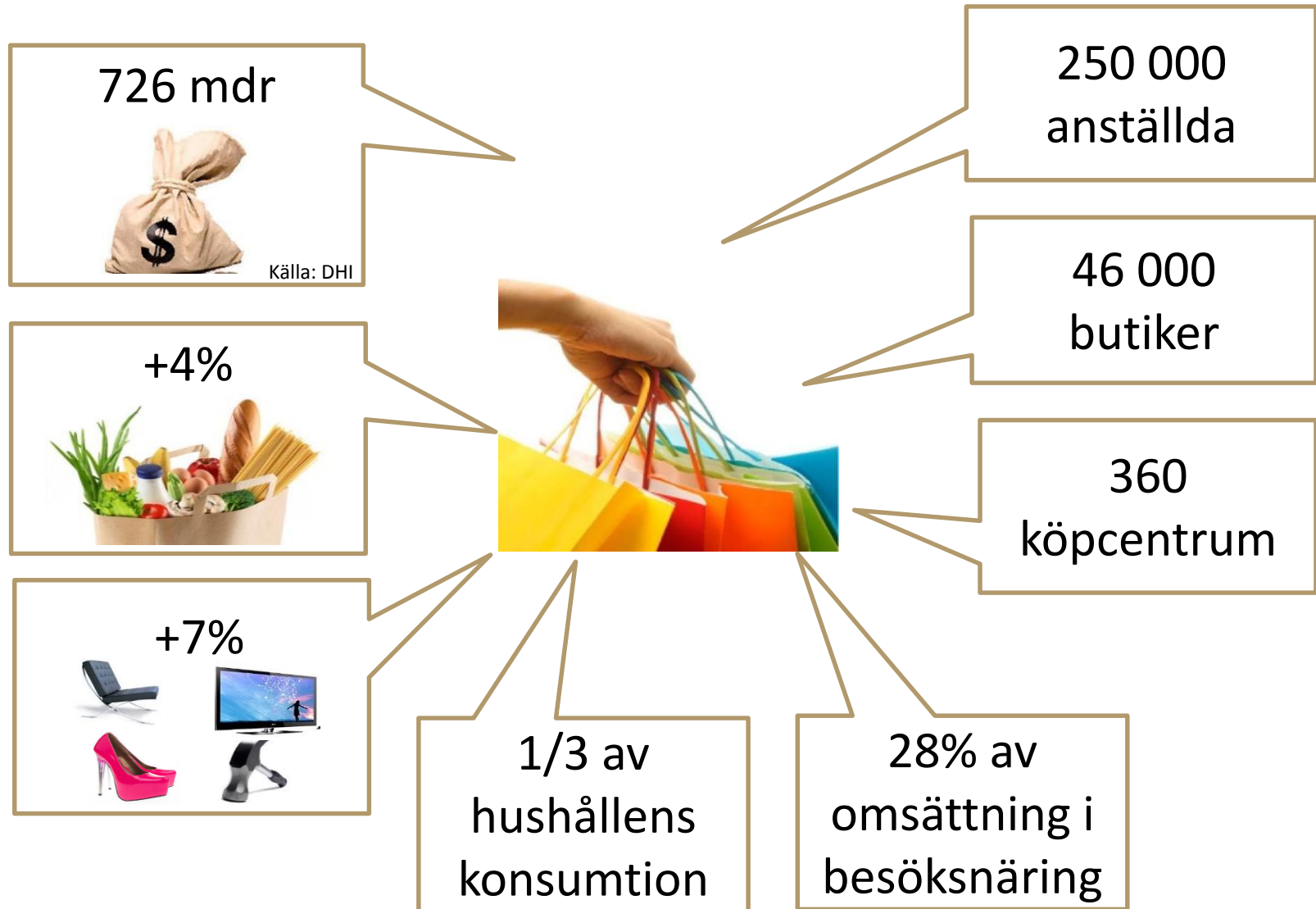
2015



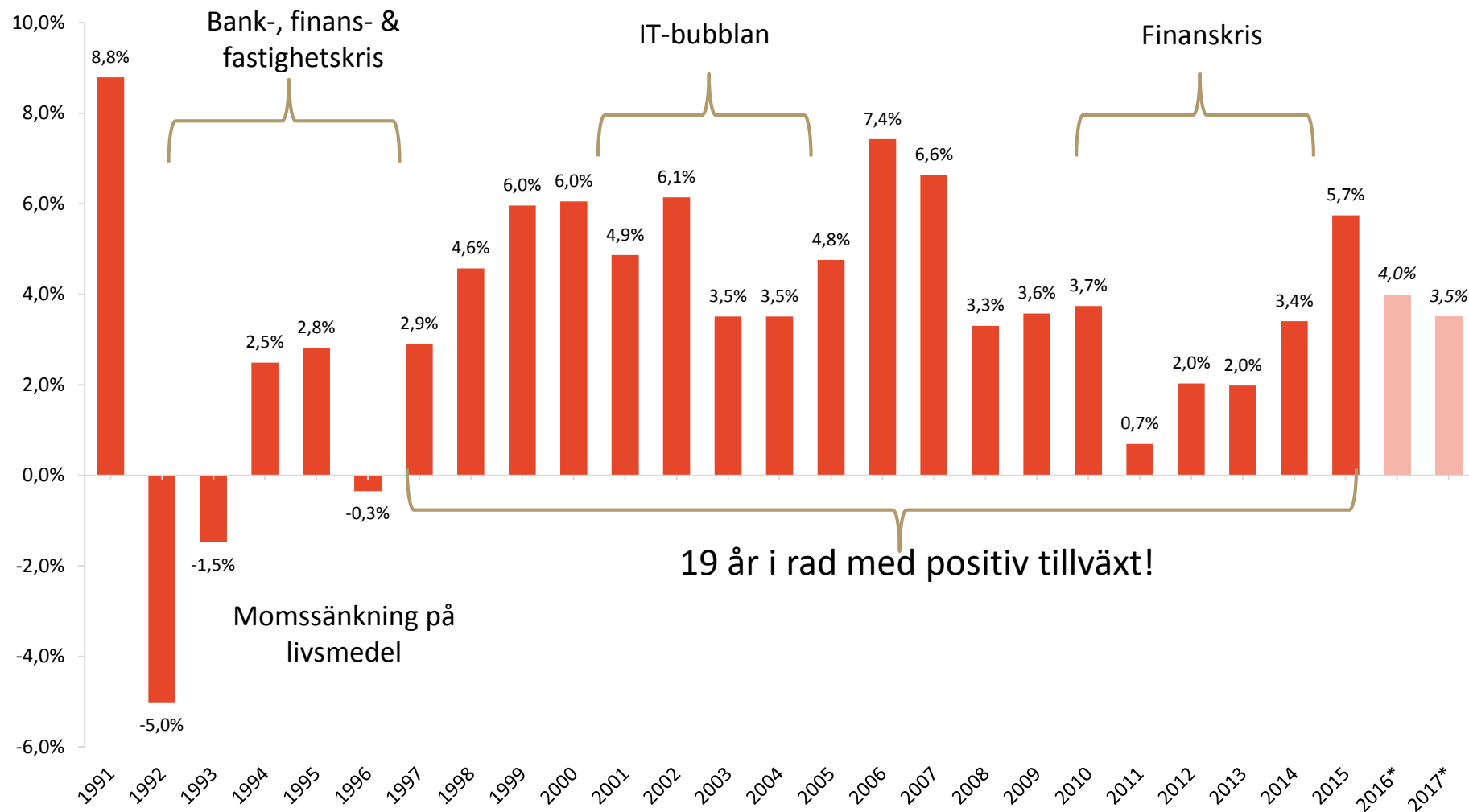
Agenda

- Detaljhandeln i Sverige 2015
- Detaljhandelns utveckling
- Trender och utveckling
 - E-handel
 - Digitalisering
 - Konsumtionstrender
- Uppsala län och Östhammars kommun
- Handelns roll i mindre städer/kommuner?
- Handelns roll i besöksnäringen

Detaljhandeln i Sverige 2015

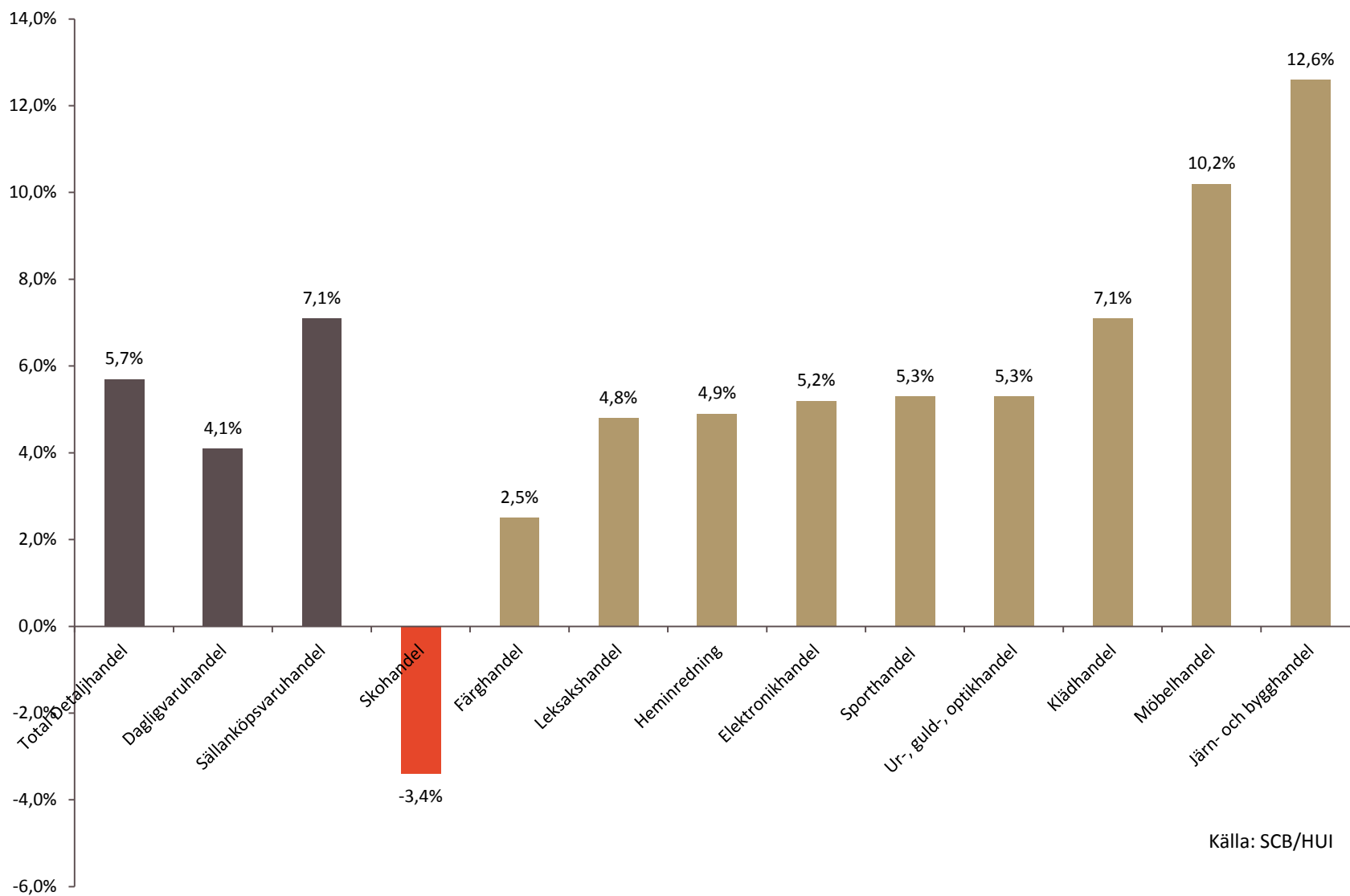


Tillväxt sedan 1996



Utveckling total detaljhandel 1991-2015 i löpande priser. Källa: HUI

Utveckling helåret 2015



Källa: SCB/HUI

Hushållen fortsatt positiva & konsumtionen ökar



- Stabil arbetsmarknad
- Låg ränta
- Stigande bostadspriser
- Fortsatt svag inflation
- God reallöneutveckling
- Högt sparande
- Ökad befolkning
- Optimistiska hushåll

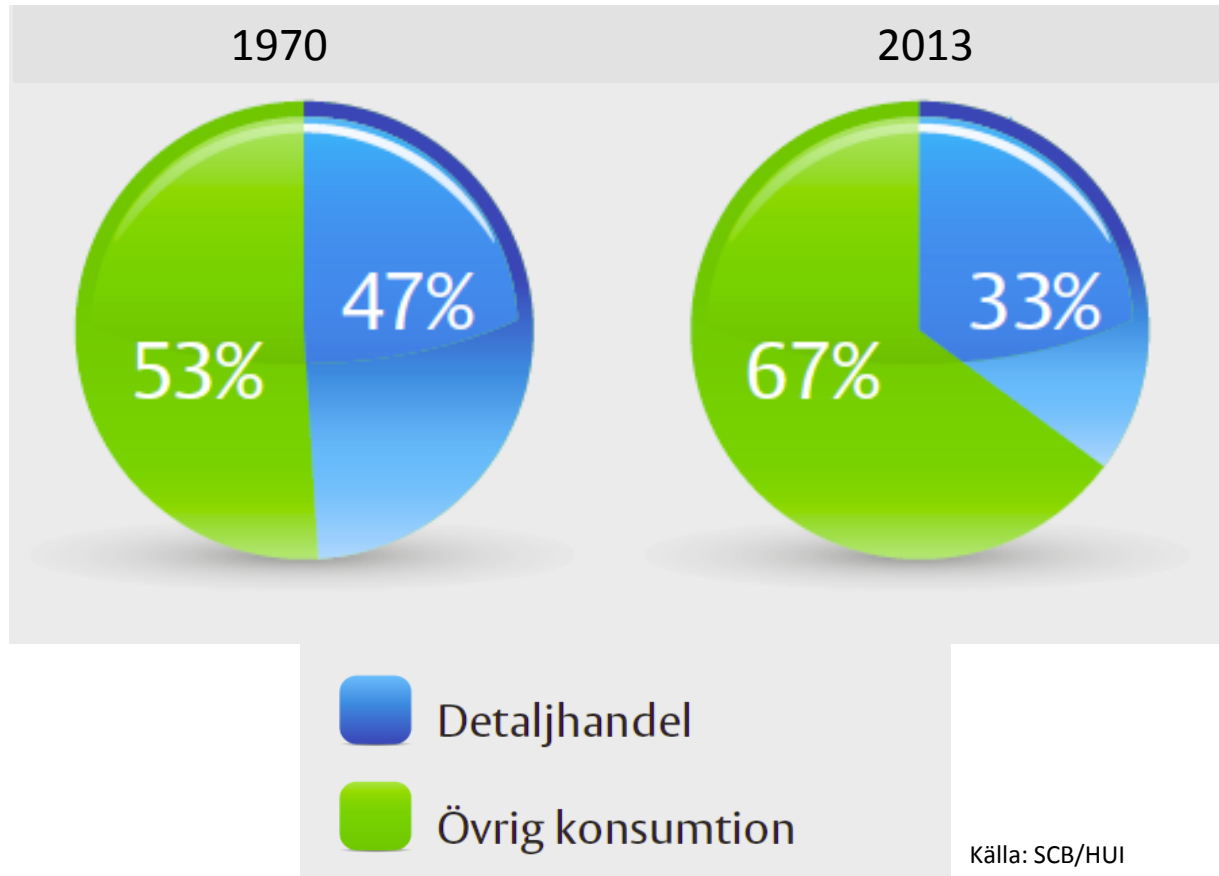


- Oro över räntehöjningar/amorteringskrav
- Skakig bostadsmarknad
- Eventuella skattehöjningar
- Minskade avdrag (ROT)
- Orolig omvärld



Källa: HUI, Konjunktur Q4 2015

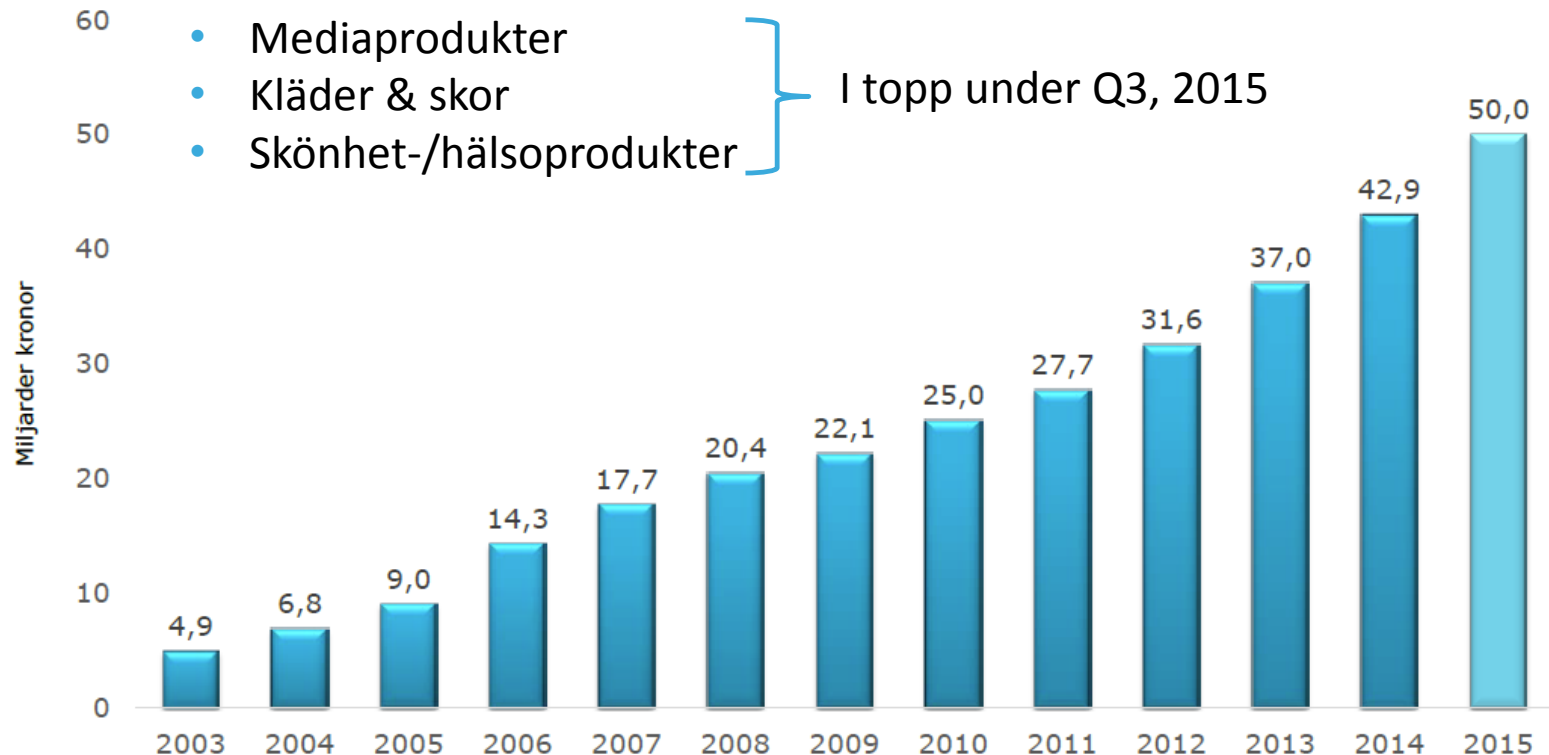
Kampen om konsumtionskakan



E-handels utveckling i Sverige

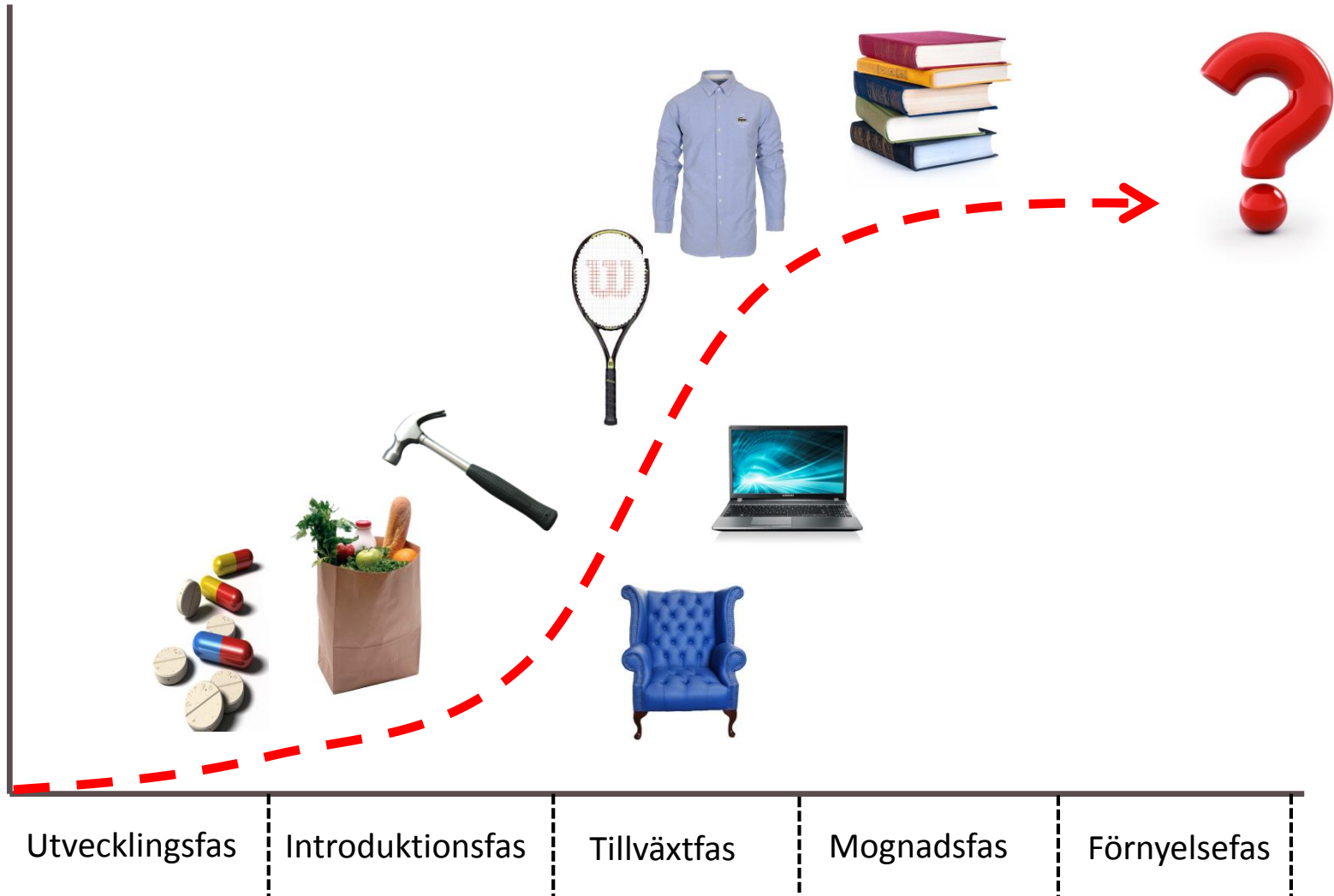
E-handeln - 50 miljarder kronor 2015

postnord



E-handels omsättning 2003-2014, prognos 2015 (miljarder kronor) Källa: E-barometern

E-branschernas mognad



Hemelektronik störst på nätet

	Omsättning 2014 (Mdr kr)	Tillväxt 2014 (%)	Andel av total DH (%)
Hemelektronik	10,3	17	23
Kläder & Skor	7,5	4	12
Böcker & Media	3,4	3	-
Bygghandel	2,0	33	6
Möbler & Heminredning	1,5	18	3
Sporthandel	1,4	20	6
Barnartiklar & Leksaker	1,0	38	-

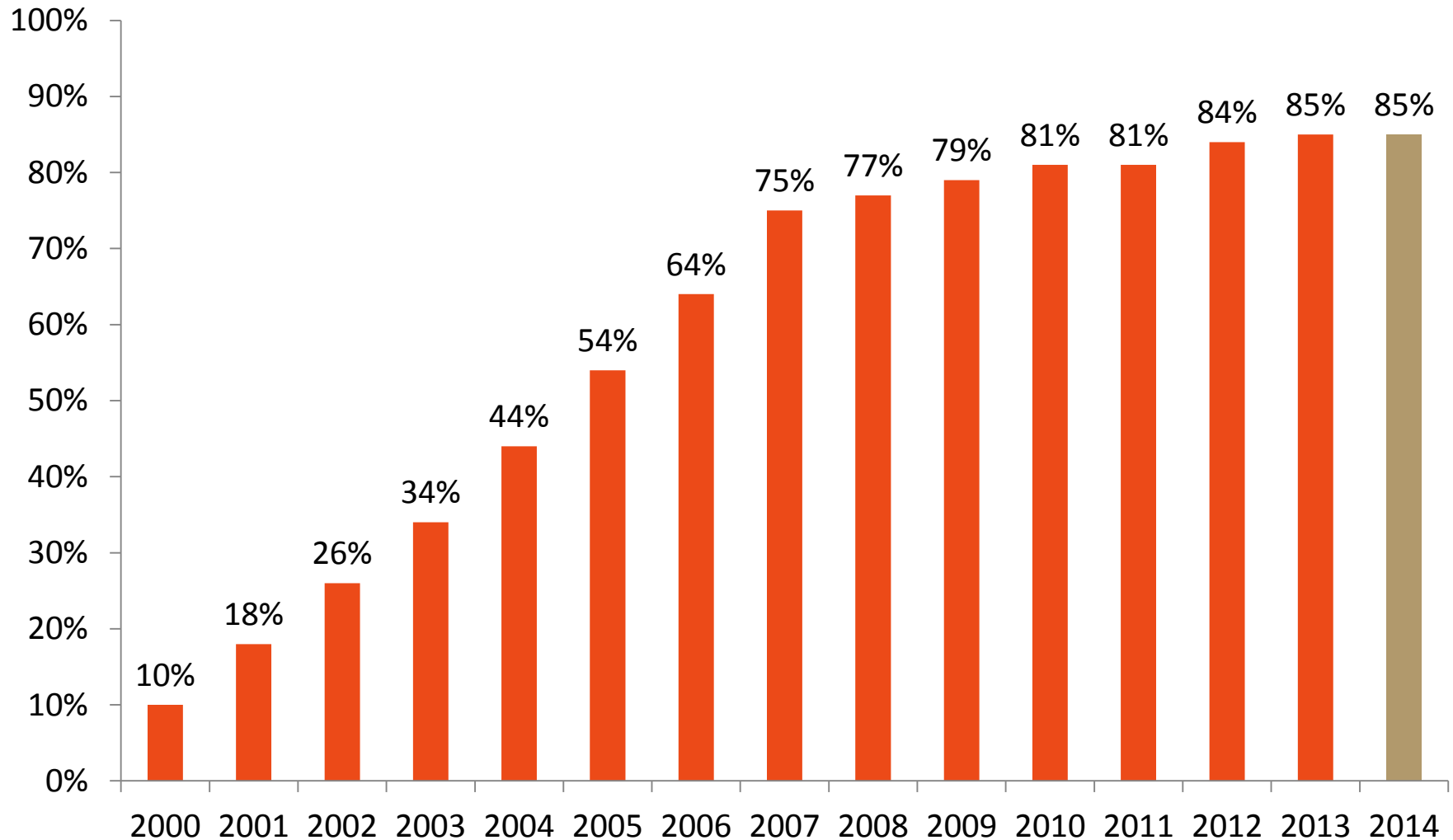
Källa: E-barometern

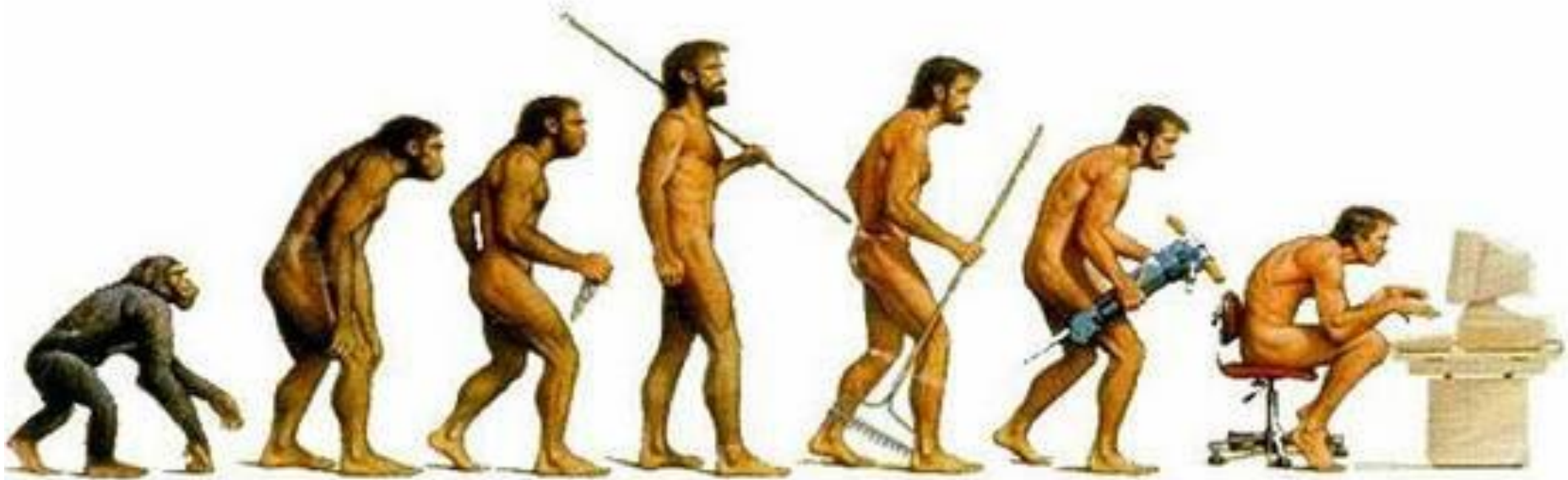
- Bygghandel, handel med barnartiklar och leksaker visar kraftig tillväxt.

Detaljhandeln digitaliseras



85% av Sveriges internetanvändare har handlat på nätet





- Strukturell förändring
- E-handeln har genomgått ett par olika stadier och mognar successivt. En tredje våg av utveckling sker nu.
- Mognad i tre segment: konsumenter, företag och teknik.

Hög penetration



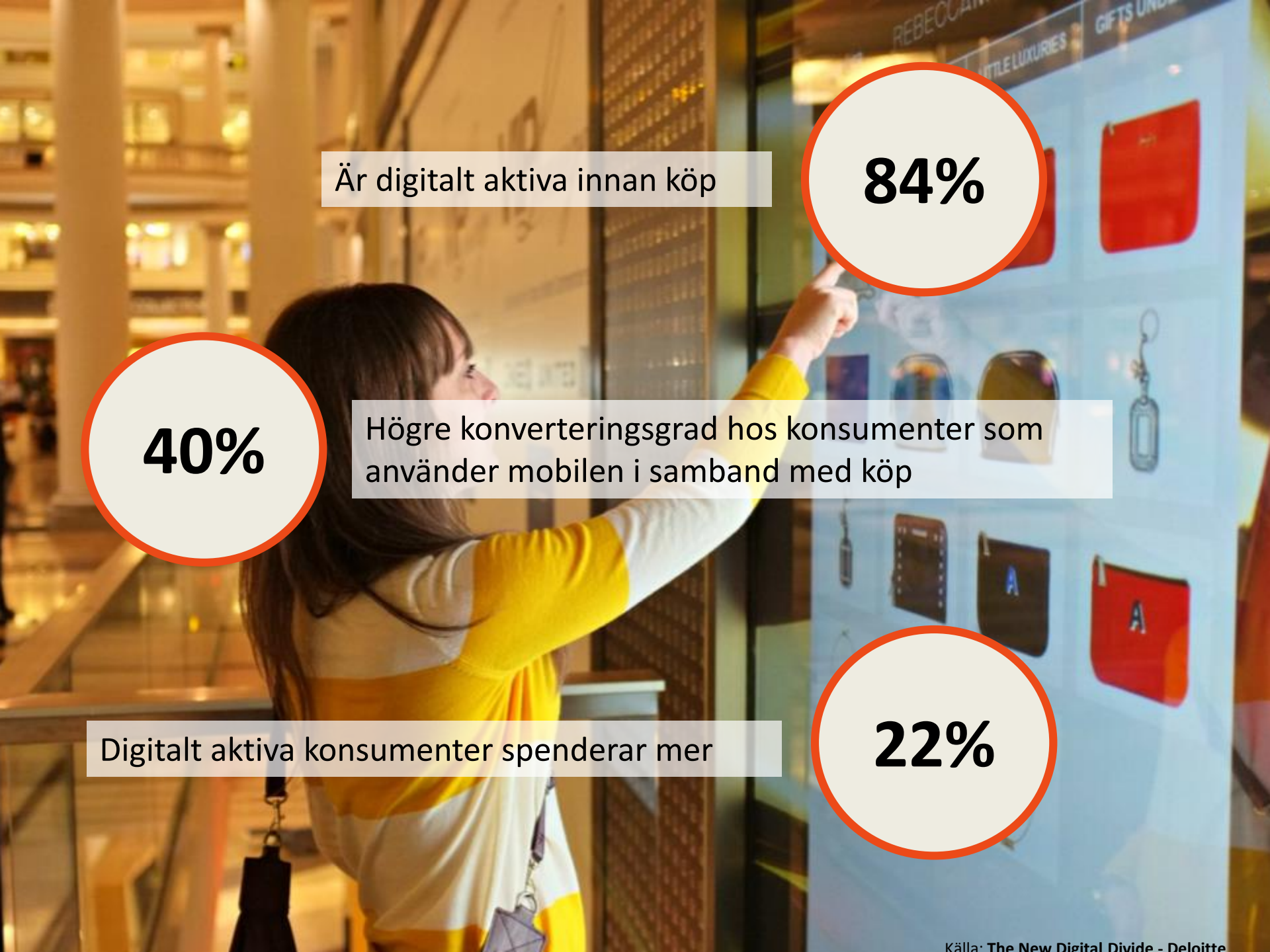
73%



53%



90%

A woman with long brown hair, wearing a yellow and white striped long-sleeved shirt, is pointing her right index finger at a digital display. The display shows various items, including red pouches and a keychain. The background is a blurred interior of a store with shelves and other displays.

Är digitalt aktiva innan köp

84%

40%

Högre konverteringsgrad hos konsumenter som använder mobilen i samband med köp

Digitalt aktiva konsumenter spenderar mer

22%

Gränserna suddas ut

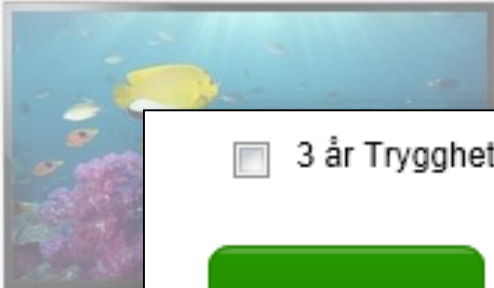


Lägre priser – bättre service

Varukorg
Din Varukorg är tom
[Till Kassan / Ändra](#)



- JUST NU!
- TV
- Dator
- Datortillbehör
- Surfplatta
- Mobil & Telefon
- Apple
- Bild & Ljud
- Hem & Hushåll
- Foto
- Spel
- Personvård
- GPS



Samsung 46" Smart-TV
Samsung UE46F5505 (46" Smart LED-TV)
★★★★☆ 4.4 (42) [Skriv en recension](#)

☐ 3 år Trygghetspaket, 799:- [Läs mer](#)

Köp nu! eller **Boka och Hämta i butik**

Leveranstid
3-5 vardagar - Fri Frakt
1-2 vardagar - Expressfrakt

[Tipsa om produkt](#)

Gränserna suddas ut

KICKS



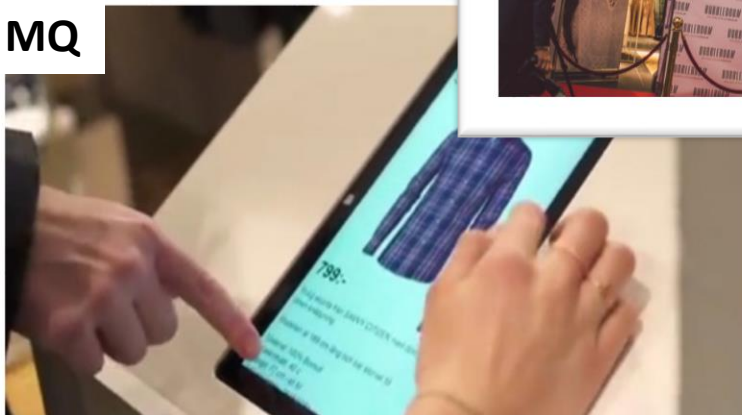
4 SURFPLATTA I BUTIK

2012 utrustades alla butiker med surfplattor som integrerades i det digitala systemet. Därmed kunde sortimentet tillgängliggöras även i butikerna, även om kassan, även om

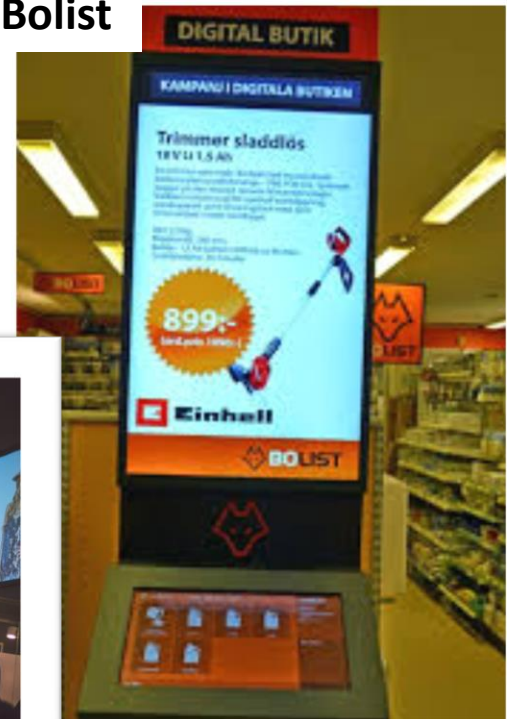
Bubbleroom Skärholmen Centrum



MQ



Bolist



Tailor Store Kista Galleria







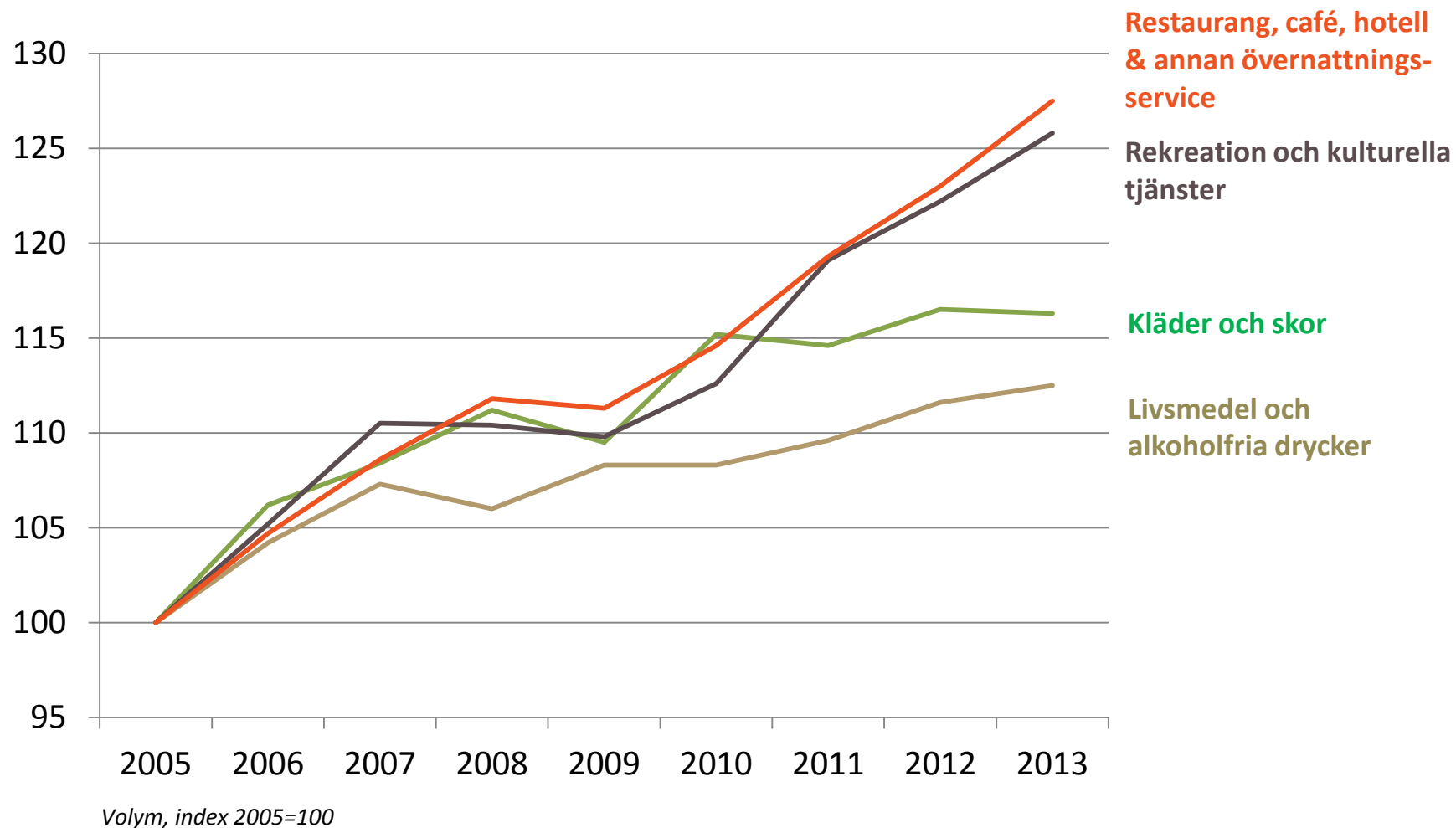
Äga



Göra



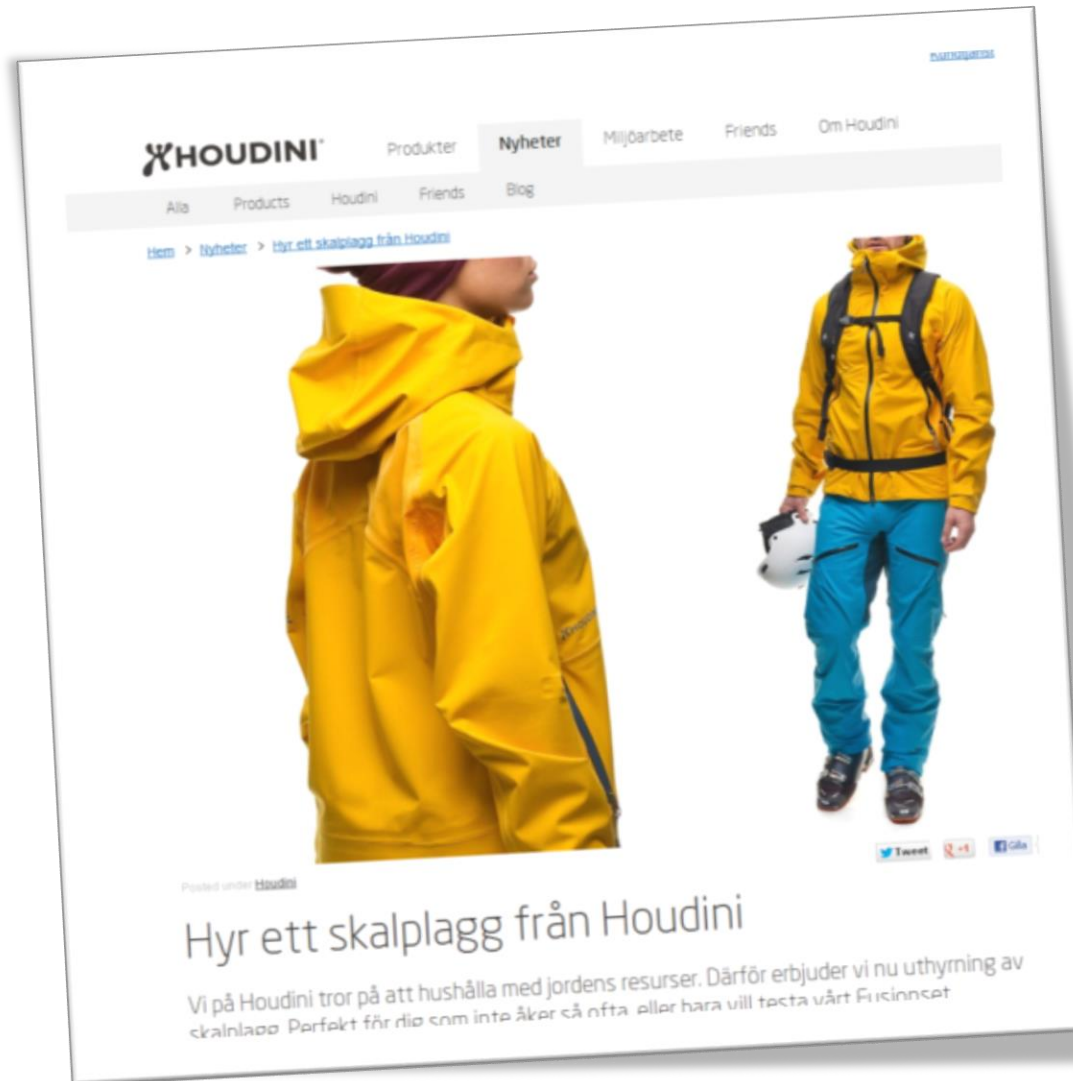
Stark utveckling av tjänster



Mat & dryck, nöjen, kultur, resor, musik, film...



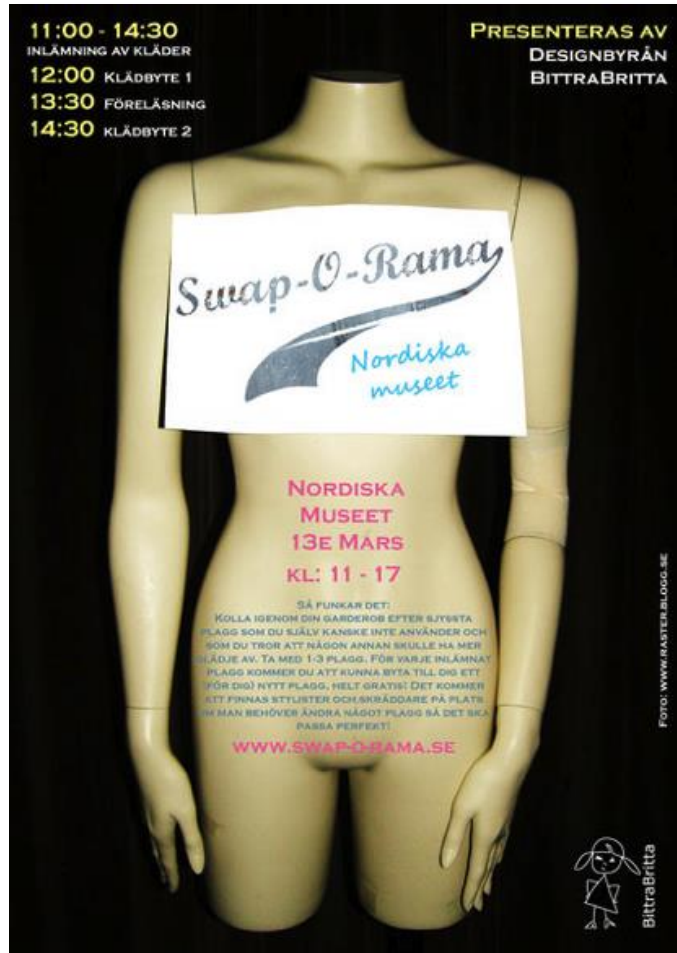
Hyra kläder

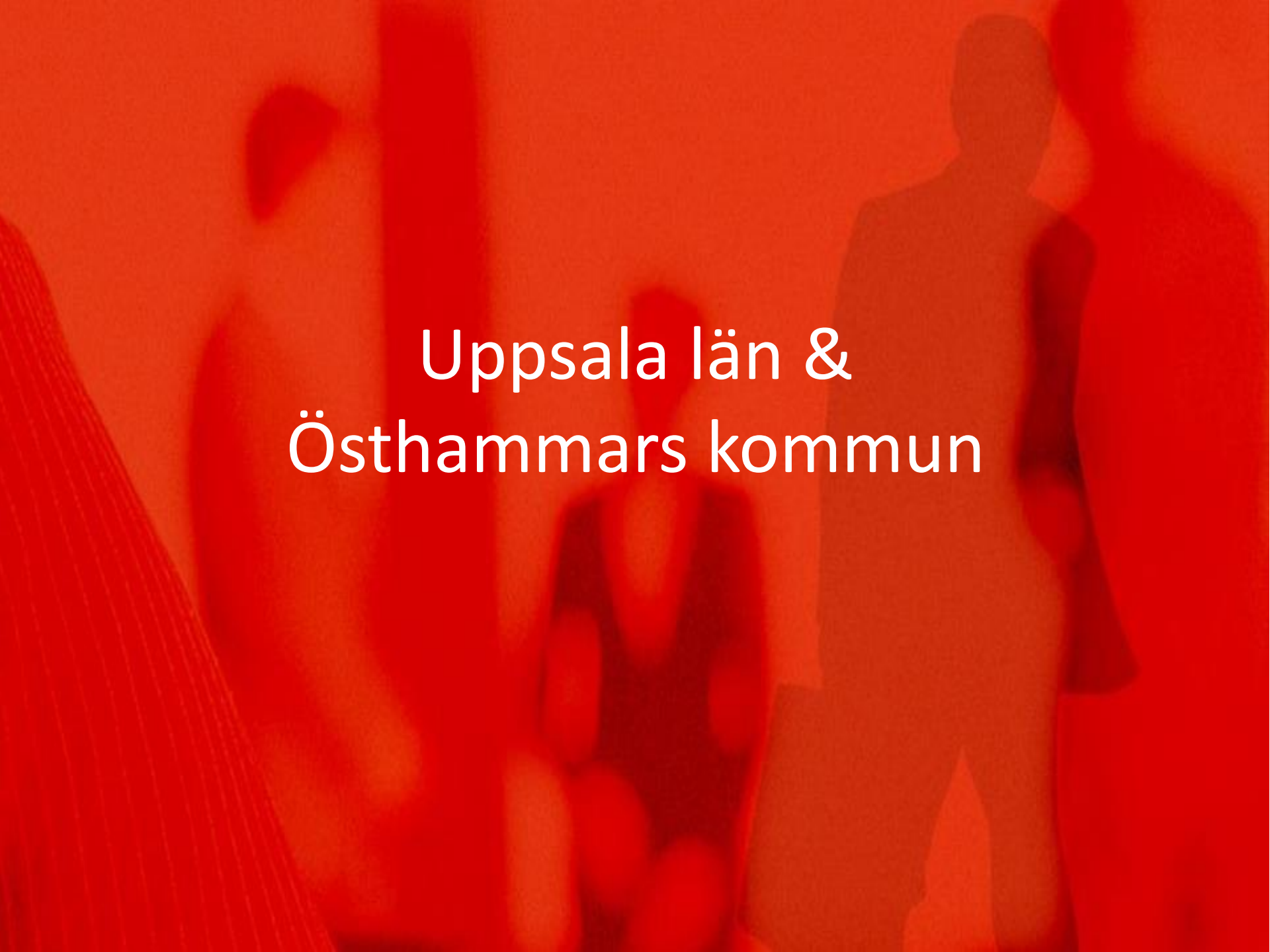


Prenumererera på en bil...



Byta varor med varandra...



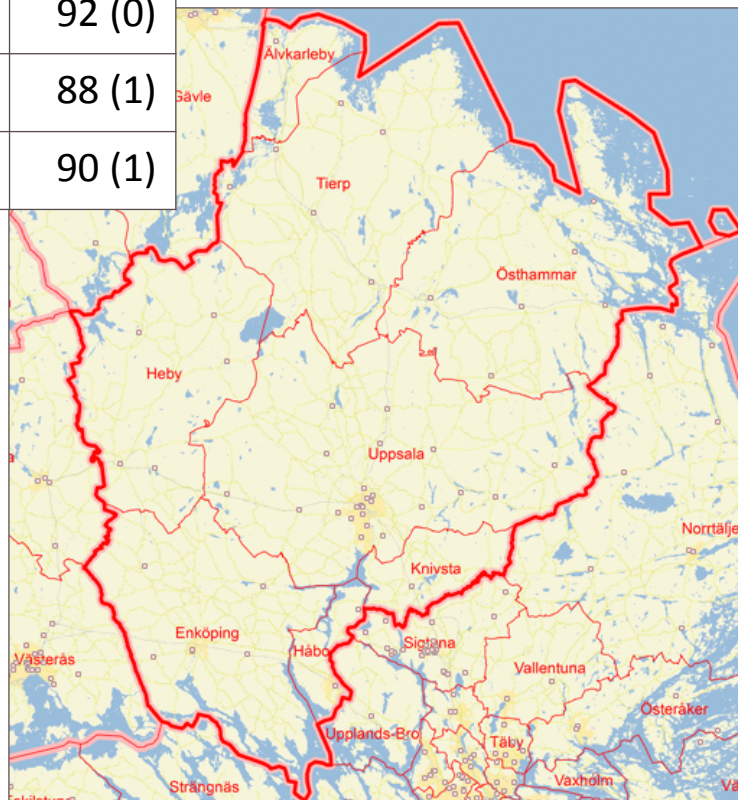
The background of the slide features a group of people in silhouette, standing and walking. A semi-transparent red overlay covers the entire image, creating a monochromatic effect. The text is centered in white.

Uppsala län & Östhammars kommun

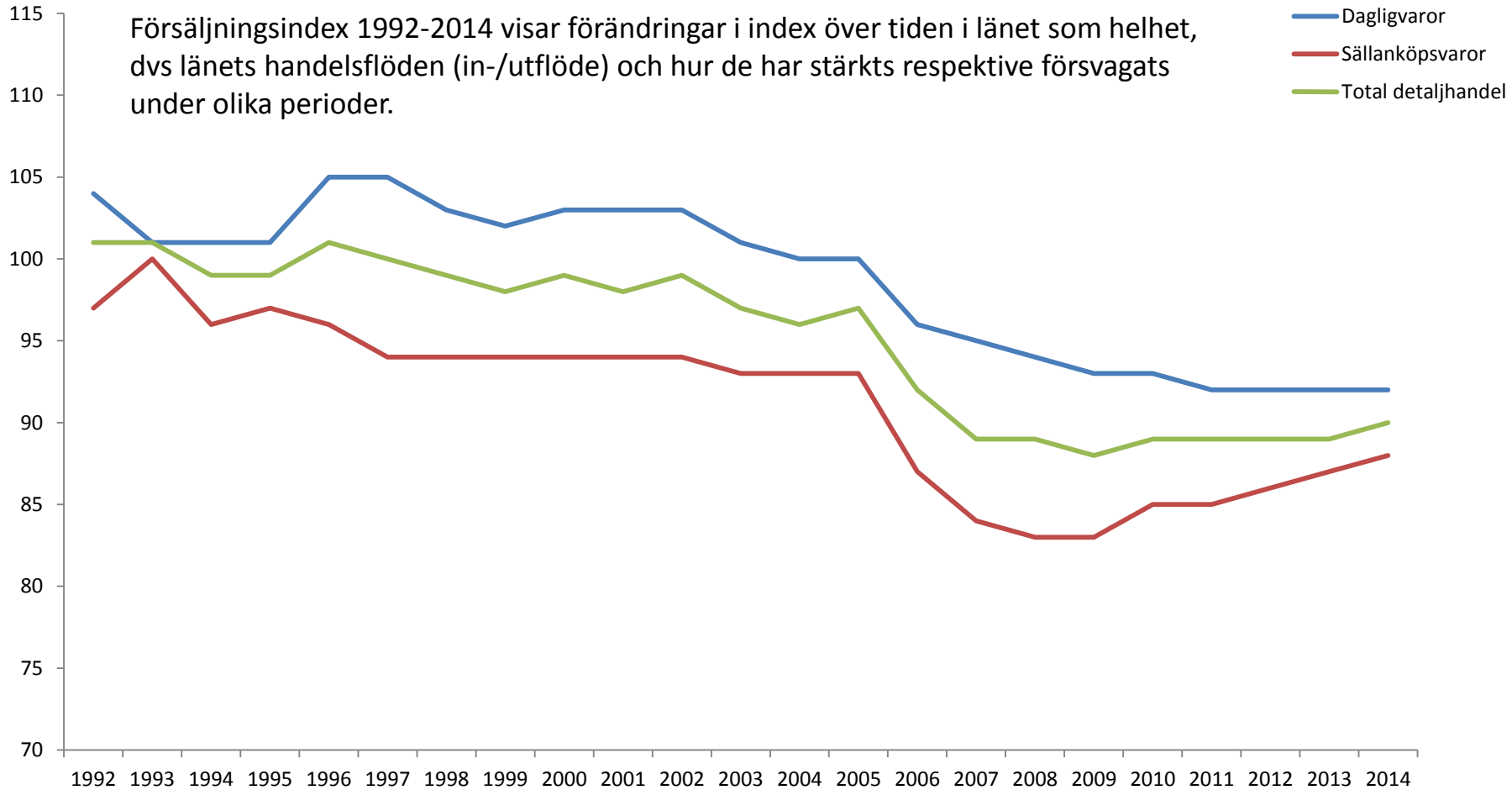
Detaljhandeln i Uppsala län 2014

	Omsättning	Tillväxt	Index
Dagligvaror	10 478	3 %	92 (0)
Sällanköpsvaror	9 166	4 %	88 (1)
Total detaljhandel	19 644	3 %	90 (1)

- Uppsala läns utveckling är starkare än genomsnittet för Sverige. I riket var tillväxten 2 procent i både dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln.



Försäljningsindex Uppsala län



Försäljningsutveckling per kommun 2014

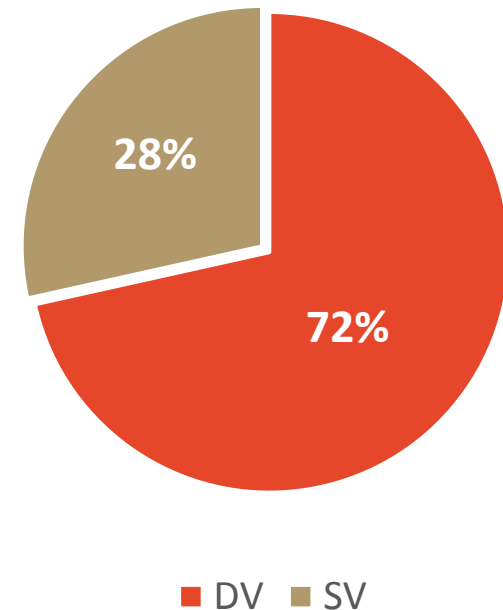
Kommun	Dagligvaror		Sällanköpsvaror		Total detaljhandel	
	Mkr	%	Mkr	%	Mkr	%
Uppsala	6 660	3 %	7 487	4 %	14 147	3 %
Enköping	1 210	3 %	855	9 %	2 065	5 %
Östhammar	688	-2 %	274	5 %	962	0 %
Håbo	540	2 %	210	-5 %	750	0 %
Tierp	520	-2 %	136	-4 %	656	-2 %
Heby	294	5 %	127	-5 %	421	2 %
Knivsta	319	22 %	40	-2 %	359	18 %
Älvkarleby	247	3 %	27	-16 %	284	0 %

Detaljhandeln i Östhammars kommun 2014

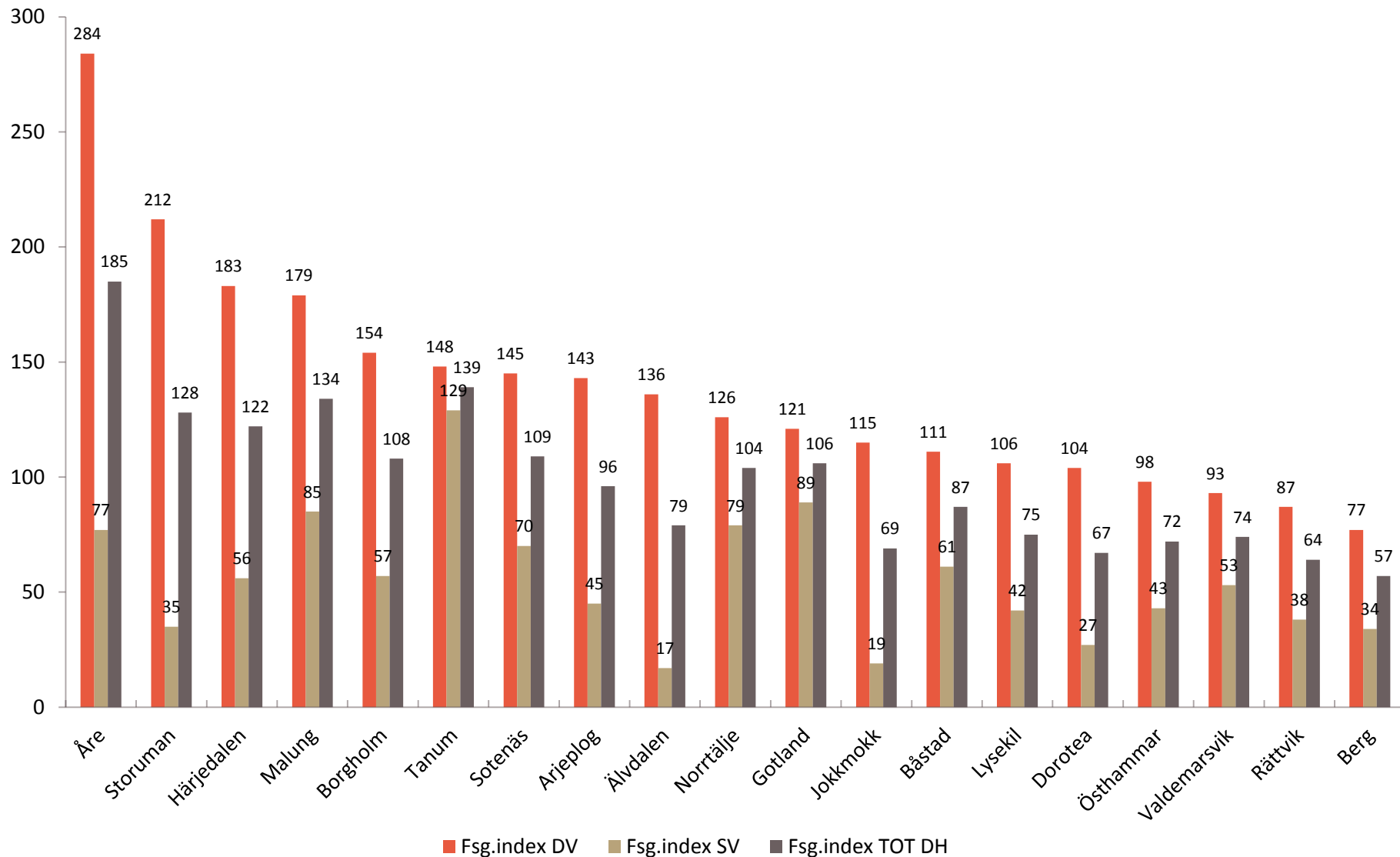
Kommun Östhammar	Oms 2014 (mkr)	Utv.2013- 2014 (%)
Dagligvaror	688	-2 %
Sällanköpsvaror	274	5 %
Total detaljhandel	962	0 %

	Försäljningsindex år 2014	
	Östhammar	Jämförbara kommuner*
Dagligvaror	98 (-4)	131
Sällanköpsvaror	43 (2)	55
Total detaljhandel	72 (-1)	100

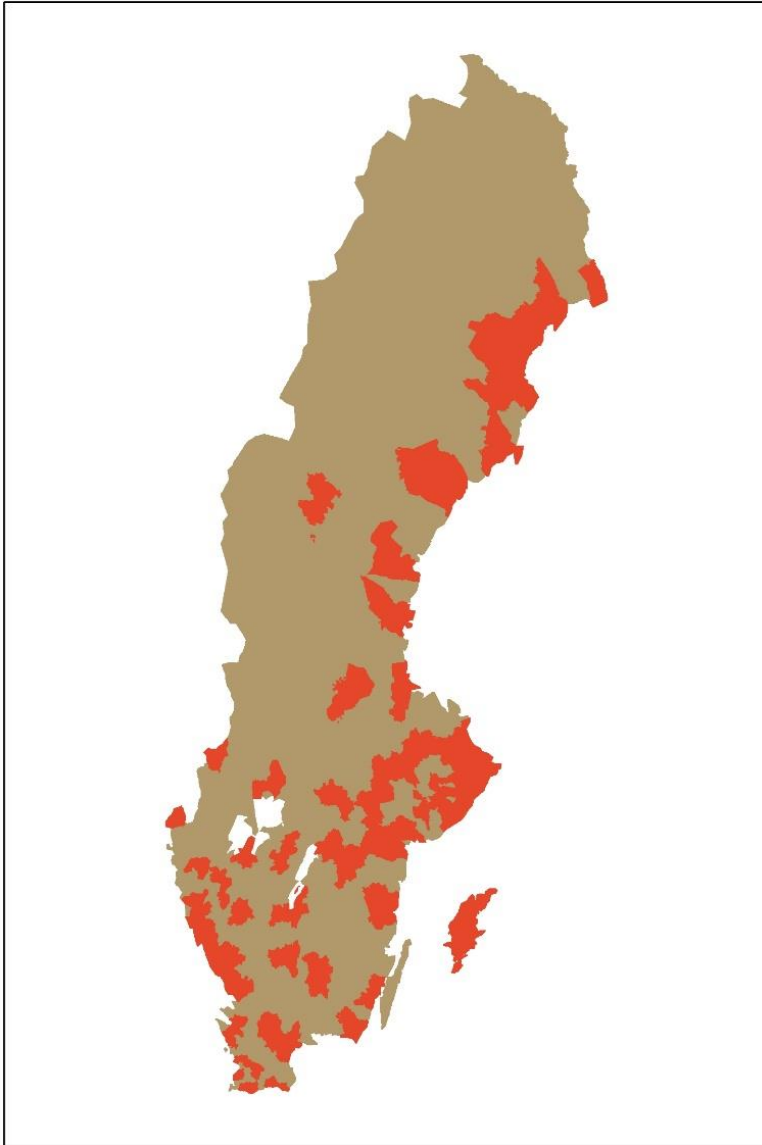
Källa: Handeln i Sverige.*Jämförbara kommuner är kommuner i kommungruppen "Turism- och besöksnäringkommuner", Sveriges Kommuner och Landsting, 2011.



Turism-/besöksnäringkommuner 2014



Handelns struktur



- Hög koncentration i detaljhandeln.
- Handeln är begränsad till ett fåtal kommuner (ex. 10% står för 55% av total DH).
- Högre och starkare koncentration av sällanköpsvaror.
- Dagligvaror – mer lokala köpmönster-/beteenden.

The background of the slide is a blurred photograph of a crowd of people, possibly at a public event or in a transit area. The image is heavily tinted with a warm, reddish-orange color. The figures are out of focus, showing only general shapes and movements. The text is centered over this background.

Handelns roll i mindre städer

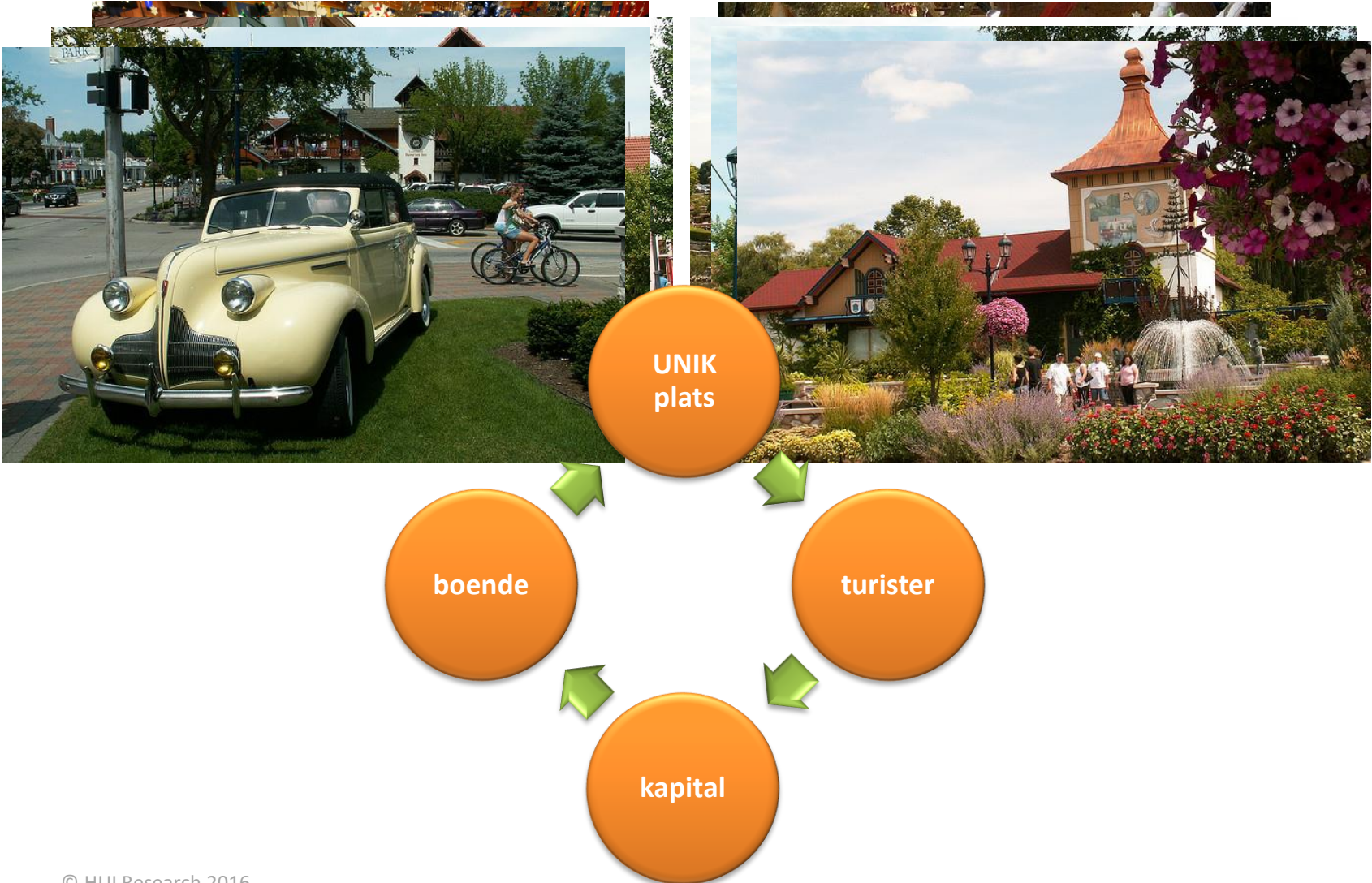
Handel i mindre städer

1/3 av butikerna har stängt sedan mitten 1990-talet.



Återupptäcka/skapa något unikt.

Frankenmuth, USA



”Små detaljer”

finansiering

service



marknadsföring

”spill-over”-effekter

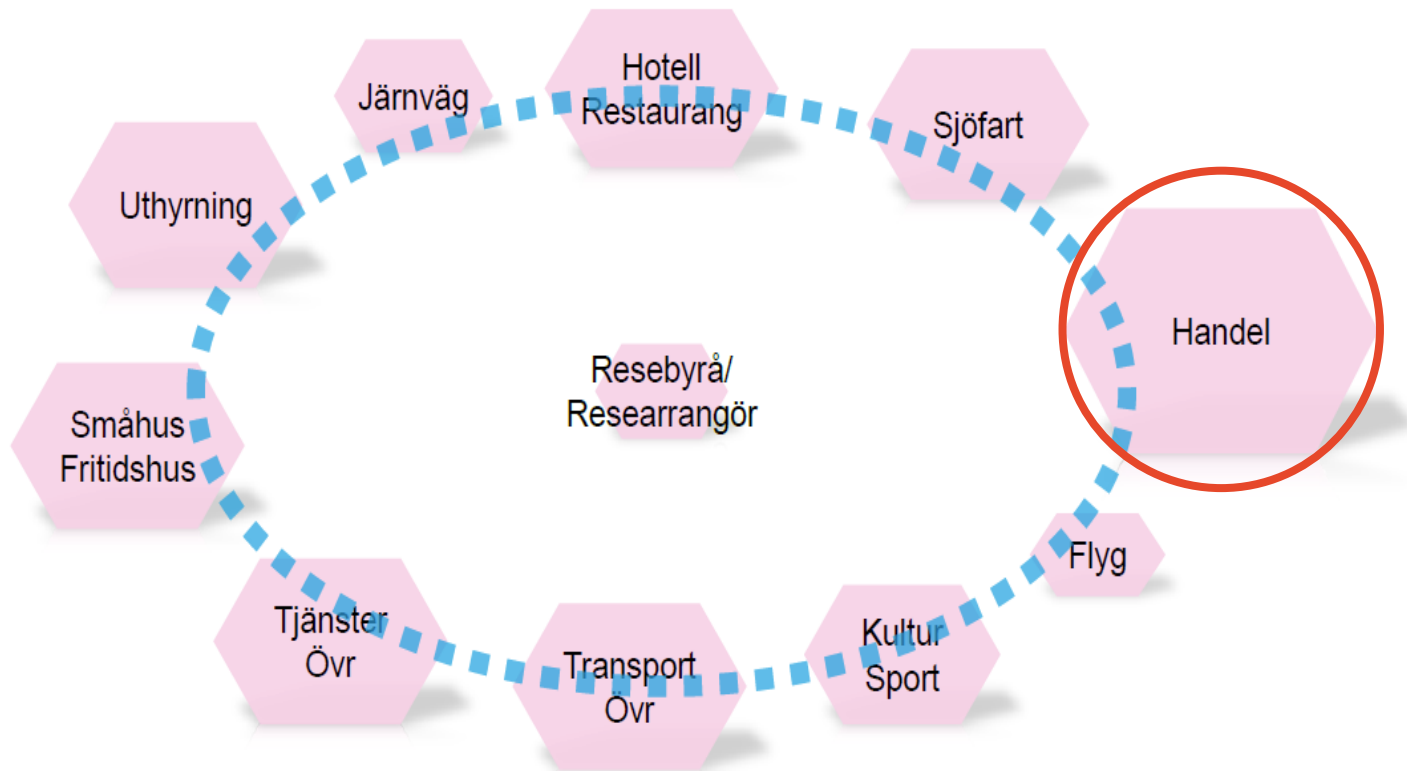
”kannibalism”-effekter

The background of the slide is a blurred, warm-toned photograph of a crowd of people, likely in a shopping mall or a busy public space. The people are out of focus, creating a sense of movement and a busy atmosphere. The colors are predominantly shades of orange, red, and yellow, giving it a vibrant, energetic feel.

Handelns roll i besöksnäringen

Handelns roll i besöksnäringen

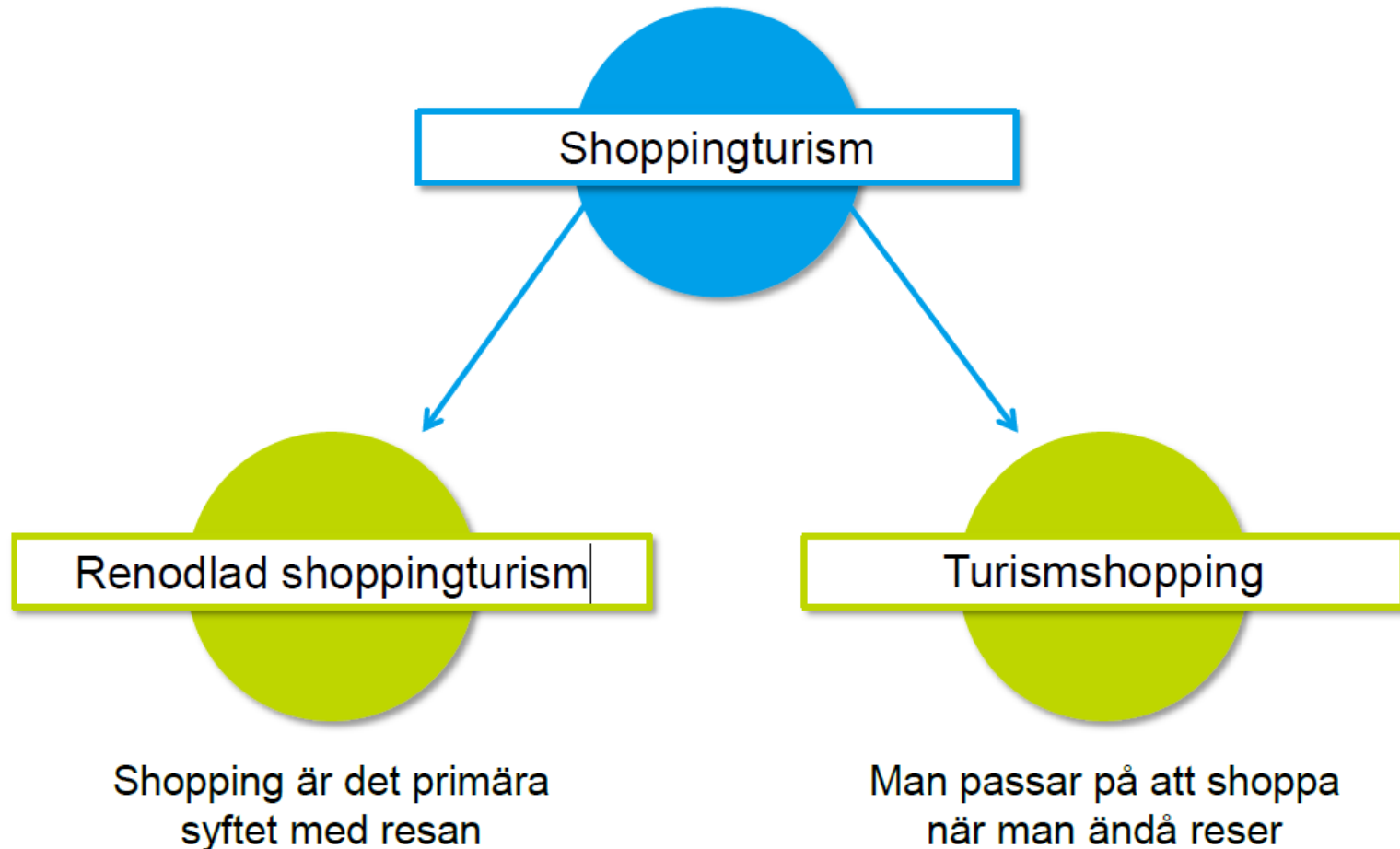
Besöksnäringen är inte **en** bransch utan består av delar från många branscher. Detta gör näringen unik och behovet av samarbete större.



Källa: Tillväxtverket, Svensk Handel

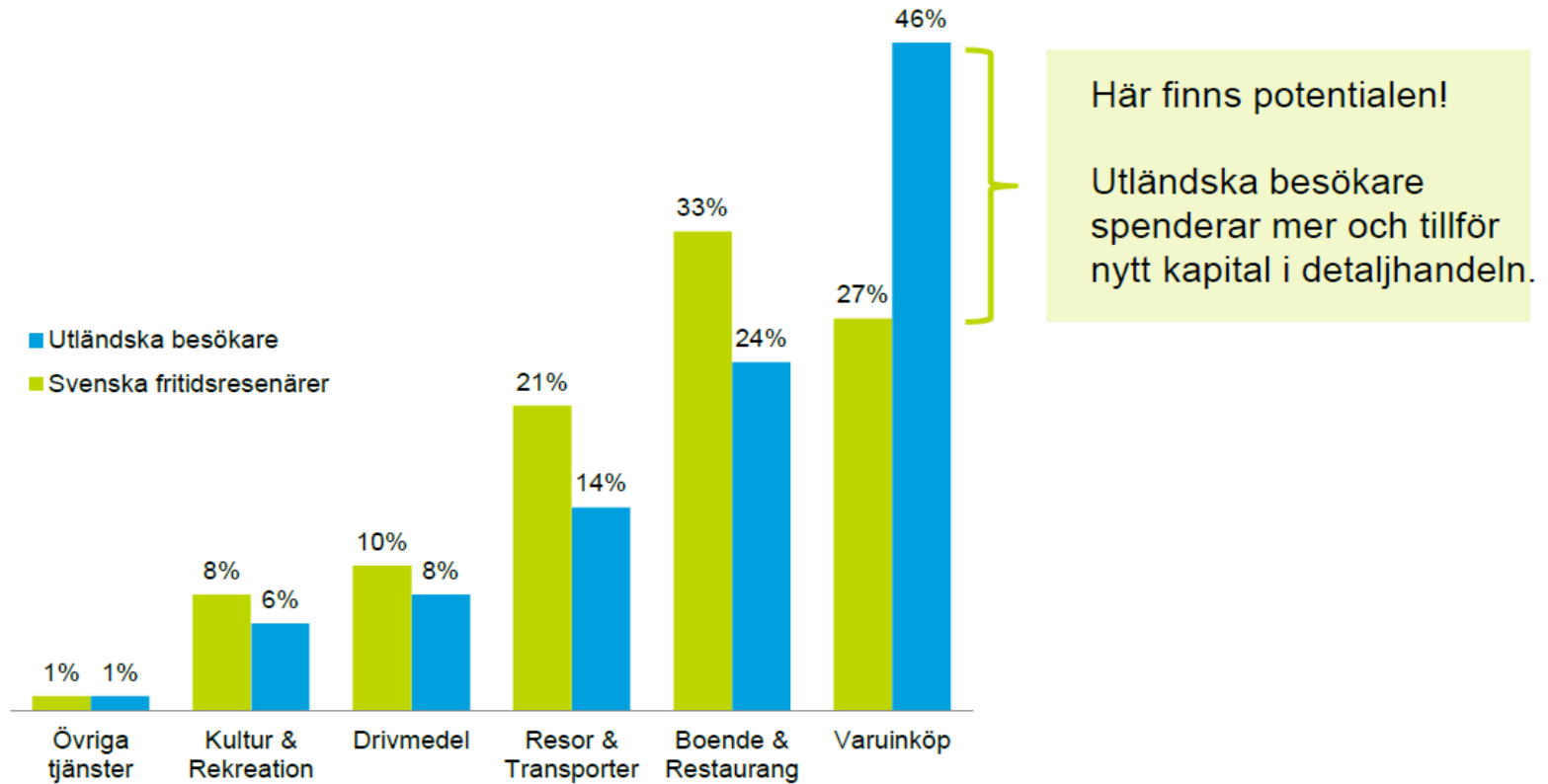
Handelns roll i besöksnäringen

Vad är vad?



Handelns roll i besöksnäringen

Vad lägger turister pengar på?



Källa: Svensk Handel, Shoppingturism i Sverige



@HUIResearch



/HUIResearch

Tack!

Anna Mocsáry
Analytiker/Konsult

anna.mocsary@hui.se
+46 (0)8-762 72 88

Tilläggsbilder



63%

Är ifrån sin mobiltelefon max en timme av sin vakna tid per dygn

25%

Kan inte minnas att de varit på mer än armlängds avstånd från sin mobil

25%

Kan inte minnas senast de var ifrån sin mobiltelefon

SHOWROOMING

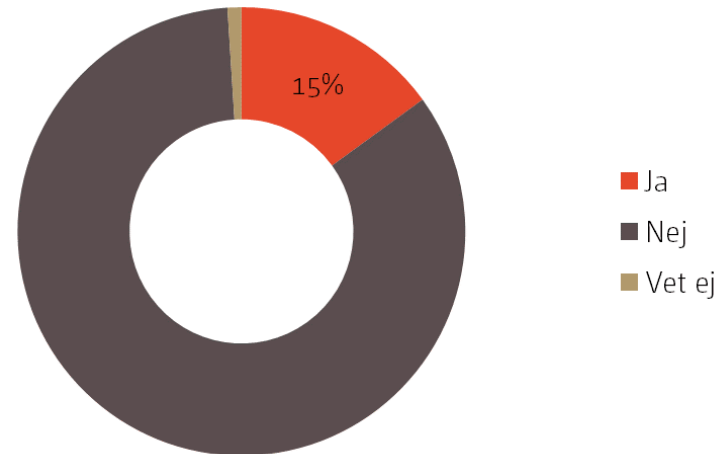
THIS PAIR IS SO PERFECT, I
CAN'T WAIT TO BUY THEM
CHEAPER ONLINE SOMEWHERE.
WHAT'S YOUR WIFI PASSWORD?



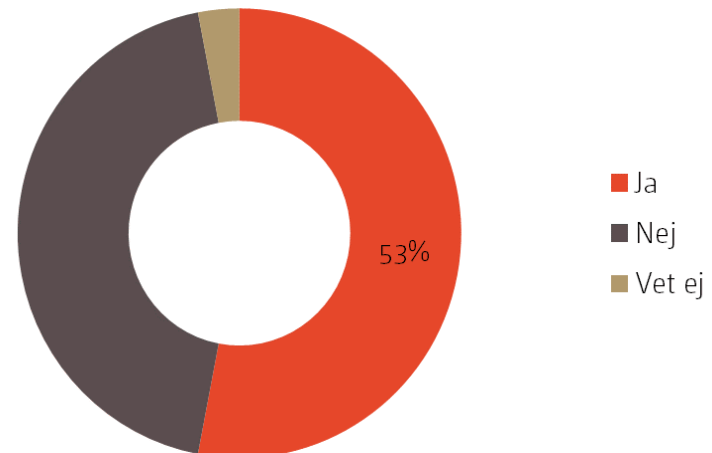
TOM
FISH
BURNE

Showrooming?

**Tittat på/provat en vara i butik
för att sedan köpa den på
internet?**



**Gjort research på nätet för att
sedan köpa den i butik?**



Buy Online Pick Up in Store

Andelen konsumenter som valde att hämta varan i butik istället för hemleverans

2013

4%

2014

84%

Utmaningar & uppmaningar...

Syns du inte så *finns* du inte...

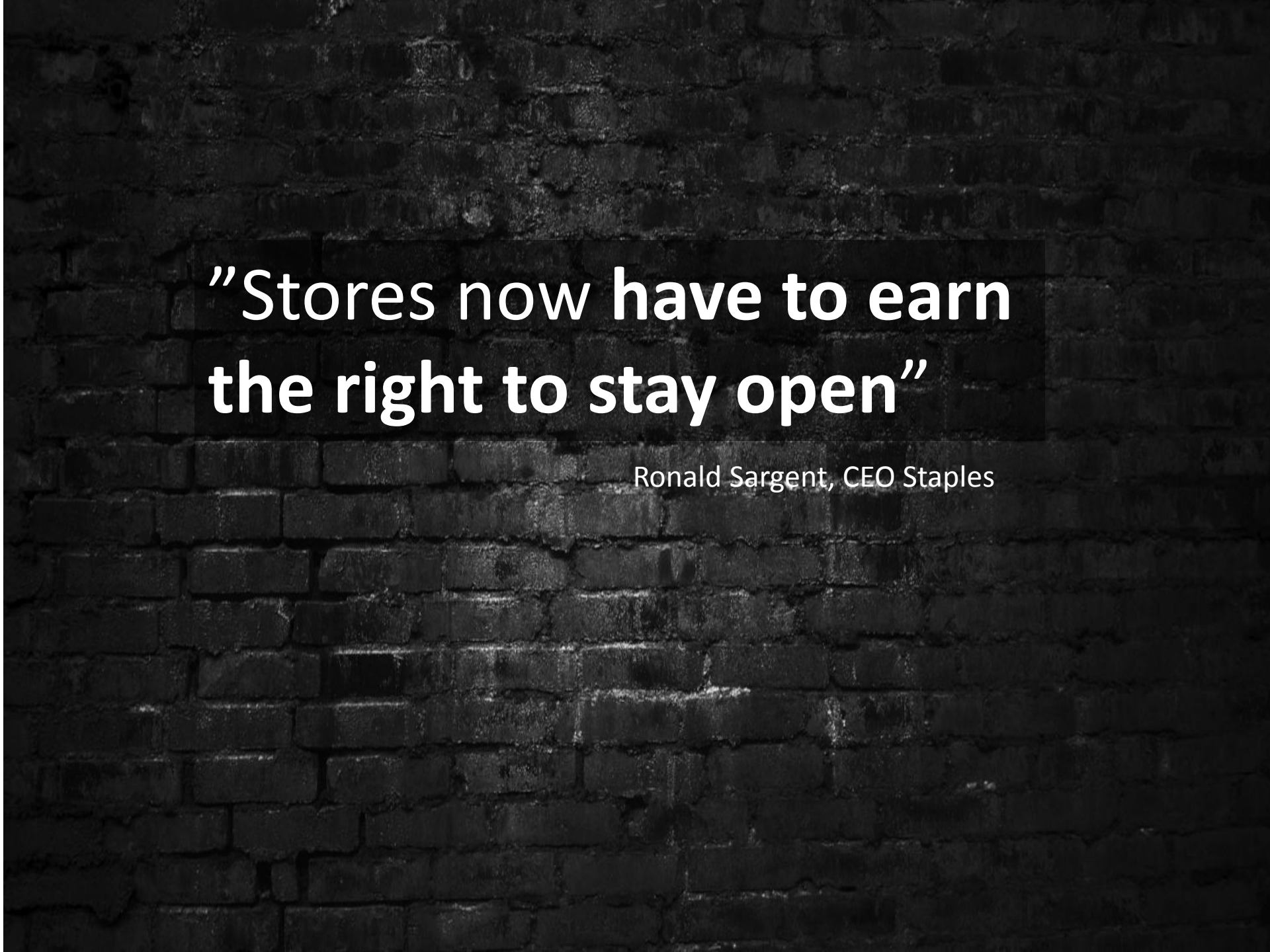
Våga experimentera

Engagera yngre generationer

Skapa personliga erbjudanden och produkter

Skräddarsydda lösningar

Personlig & kundanpassad handel!



**“Stores now have to earn
the right to stay open”**

Ronald Sargent, CEO Staples