

Norsk konsumtion i svensk detaljhandel och dess bidrag till svensk ekonomi

En rapport av HUI Research på uppdrag av Region Värmland,
Västra Götalandsregionen och Svensk Handel

Sammanfattning

Sammanfattning

- De norska utläggerna i den svenska detaljhandeln uppgick uppskattningsvis till 27,9 miljarder kronor år 2019. Det är en ökning från 25,6 miljarder år 2017. Norska besökare spenderade 19,6 miljarder kronor i den svenska dagligvaruhandeln (2017: 17,5 mdkr) och 8,3 miljarder kronor i sällanköpsvaruhandeln (2017: 8,1 mdkr).
- Det norska inflödet hade år 2019 bidragit till att skapa 7 200 arbetstillfällen.
- Norska besökare beräknas ha genererat 6,5 miljarder kronor till statskassan 2019 genom konsumtionsskatter, arbetsgivaravgifter och statliga inkomstskatter.
- I Västra Götaland uppgick den norska konsumtionen uppskattningsvis till 9,4 miljarder kronor år 2019 (2017: 8,7 mdkr), varav 6,8 miljarder i dagligvaruhandeln (2017: 6,1 mdkr) och 2,6 miljarder i sällanköpsvaruhandeln (2017: 2,6 mdkr). Det norska inflödet bedöms ha bidragit till att skapa 2 000 arbetstillfällen i Västra Götaland. Skatteintäkterna till statskassan, regionen och kommunerna beräknas uppgå till nästan 2,3 miljarder kronor.
- I Värmland uppgick den norska konsumtionen uppskattningsvis till 6,1 miljarder kronor år 2019 (2017: 5,5 mdkr), varav 4,8 miljarder i dagligvaruhandeln (2017: 4,3 mdkr) och 1,3 miljarder i sällanköpsvaruhandeln (2017: 1,2 mdkr). Det norska inflödet bedöms ha bidragit till att skapa 1 800 arbetstillfällen i Värmland. Skatteintäkterna till statskassan, regionen och kommunerna beräknas uppgå till nästan 1,6 miljarder kronor.
- HUI Research har intervjuat politiker, företagare och företrädare för olika intresseorganisationer för att få en bild dels av hur pandemin har påverkat gränshandeln och dels av vilka åtgärder dessa personer anser bör vidtas. Följande slutsatser dras:
 - ✓ **Åtgärder på kort sikt:** riktade stöd anpassade till de enorma omsättningstappen, stöd som är anpassade för mindre bolag och mer omfattande permitteringsstöd.
 - ✓ **Åtgärder på lång sikt:** större förståelse för de speciella förhållanden som råder i gränshandelsområdena, insatser för att återupprätta de goda relationerna mellan Sverige och Norge, infrastrukturprojekt för integration mellan länderna, höjd utbildningsnivå i gränsområdena och mer riktade insatser från Arbetsförmedlingen.

Norska besökares bidrag till svensk ekonomi år 2019



Försäljningseffekt:
27,9 miljarder kronor

Inkl. moms

Sysselsättningseffekt:
7 200 sysselsatta



Skatteeffekt:
6,5 miljarder kronor

Bakgrund

Bakgrund & syfte

BAKGRUND

Norge har under de senaste åren stått för cirka 4 procent av den totala detaljhandeln i Sverige. I vissa kommuner, främst vid gränsen mot Norge, är gränshandeln mycket viktig för detaljhandeln och sysselsättningen. I dessa kommuner omsätter detaljhandeln, till stor del tack vare gränshandeln, avsevärt mer än i liknande kommuner utan gränshandel. Det stora antalet besökare till gränshandeln kan också gynna övrig besöksnäring och gränshandelskommunerna arbetar för att dra nytta av denna potential. I Västra Götalands respektive Värmlands län har den norska konsumtionen särskilt stor betydelse. I gränshandelsrapporten som HUI genomförde på uppdrag av Svensk Handel, Västra Götalandsregionen samt Region Värmland år 2017 uppgick norsk detaljhandelskonsumtion i Sverige till 25,6 miljarder kronor. Regionalt uppskattades omsättningen till 5,5 miljarder kronor år 2017 i Värmland och till 8,7 miljarder kronor i Västra Götaland. I föreliggande rapport gör HUI en bedömning av hur mycket norsk detaljhandelskonsumtion i Sverige uppgick till år 2019 samt vilka ekonomiska effekter detta innebär för enskilda kommuner och regioner samt Sverige som helhet.

Under 2020 drabbades gränshandelsregionerna av kraftigt reducerade besöksflöden till följd av pandemin, och under perioder har den svensk-norska gränsen varit stängd.

Detta innebär inte bara ett stort tapp för detaljhandeln utan även ett tapp för de andra delar av näringslivet som baserar sin verksamhet på norsk konsumtion. Utmaningen framöver ligger bland annat i vilka möjligheter det finns till omstart av verksamheterna när pandemin är över.

Avgörande för omstarten är dels att det finns verksamheter att starta upp och dels att det finns människor att anställa.

MÅL & SYFTE

Målet med rapporten är att lyfta gränshandelsfrågan.

Syftet med rapporten är att beskriva norsk detaljhandelskonsumtion i Sverige och dess betydelse för Värmland, Västra Götaland och Sverige.



Innehållsförteckning



Innehåll

- 01** Gränshandelns drivkrafter
- 02** Norska utlägg i svensk detaljhandel
- 03** Den norska konsumtionens sysselsättningseffekter
- 04** Den norska konsumtionens betydelse för svensk ekonomi
- 05** Den norska konsumtionens regionala betydelse
- 06** Pandemiåret 2020
- 07** Trender i detaljhandeln

01 | Gränshandelns drivkrafter

01 | Gränshandel – en form av shoppingturism

En vanligt förekommande typ av resa är den där shopping inte är det huvudsakliga målet. Snarare är den shopping som eventuellt sker ett resultat av resan i sig, medan resans faktiska genomförande grundar sig i andra typer av syften, till exempel fritidsnöje eller arbete. Denna form av inköp i samband med resa kallas för turismshopping.

Den typ av resa som står i fokus i denna rapport är den där det primära syftet är shopping. Detta kallas för shoppingturism. Kort beskrivet innebär det att konsumenter reser längre än nödvändigt för att handla vissa varor på grund av pris- eller utbudsskäl. Shoppingturism kan i sin tur delas in i tre grupper:

Den norska gränshandeln är i huvudsak en form av prisbaserad shoppingturism eftersom det förekommer stora prisskillnader mellan Norge och Sverige på vissa typer av varor. Gränshandeln innehåller även inslag av varubaserad shoppingturism, där sortiment som saknas på den norska sidan och ett större utbud kan vara en drivkraft. I takt med att handelsplatserna i gränshandelskommunerna har utvecklats har gränshandeln även blivit en form av destinationsbaserad shoppingturism, där resan är en upplevelse i sig.



Prisbaserad shoppingturism – resor där låga priser utgör en särpräglad dragningskraft för besökaren.



Varubaserad shoppingturism – resor där utbudet står i fokus, till exempel lokal hantverksproduktion.



Destinationsbaserad shoppingturism – resor där destinationer som enskilda handelsplatser, festivaler, berömda shoppinggator eller liknande står i fokus. Ett exempel är Gekås i Ullared.

01 | Prisskillnaderna lockar norska konsumenter till Sverige

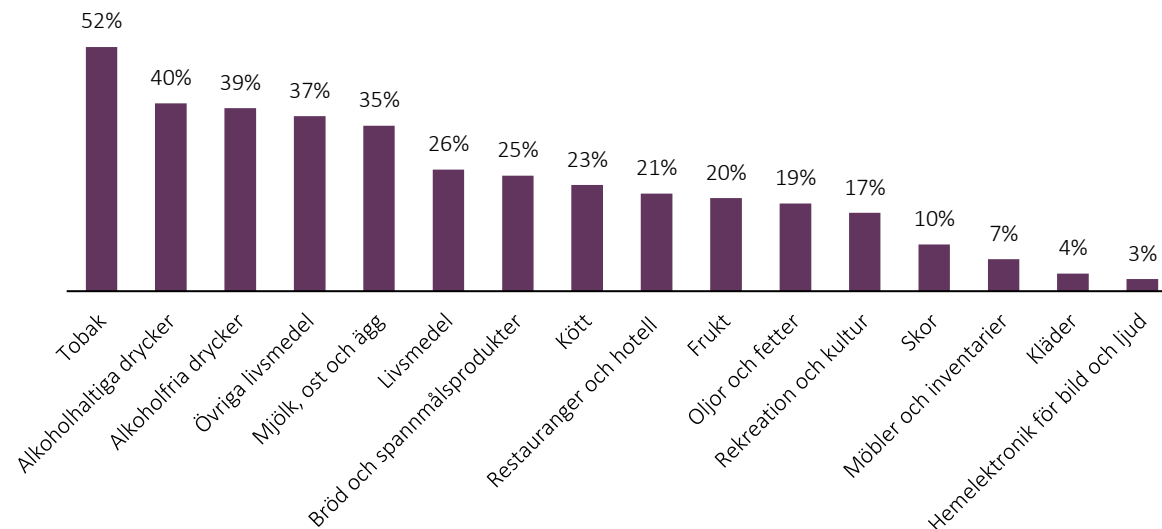
Gränshandeln är således huvudsakligen en form av prisbaserad shoppingturism.

Den tydligaste orsaken till den stora efterfrågan från norska besökare är just prisskillnaderna mellan Sverige och Norge.

- Störst prisskillnader föreligger inom de varukategorier som oftast säljs i dagligvaruhandeln. Särskilt vad gäller tobak, drycker (alkoholhaltiga och icke-alkoholhaltiga) och vissa typer av livsmedel finns betydande prisskillnader mellan länderna.
- Sällanköpsvaruhandeln uppvisar inte lika stora prisskillnader som dagligvaruhandeln. Störst prisdifferens mellan Sverige och Norge har skor, möbler och inventarier. För kläder och hemelektronik är prisskillnaden dock i princip obetydlig.

Sammantaget är prisskillnaden så stor mellan Sverige och Norge att en resa till Sverige för att handla kan vara mycket lönsam. Även inom vissa typer av service samt hotell och restaurang finns betydande prisskillnader, vilket bidrar till att öka gränshandelns attraktionskraft.

Antal procent billigare i Sverige än i Norge



Källa: SCB och Eurostat. Köpkraftspariteter Sverige - Norge år 2019.
Övriga livsmedel inkluderar exempelvis godis.

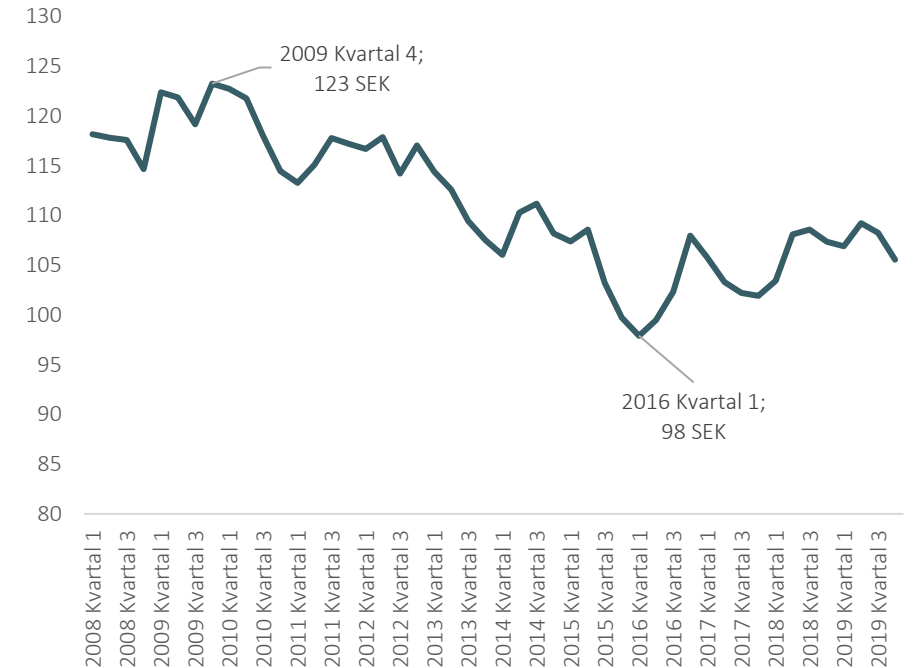
01 | Skatter och tullar har tydligast påverkan på prisskillnaderna

Det finns fyra huvudorsaker till att prisskillnader förekommer mellan Sverige och Norge:

- **Punktskatter**
Införs oftast för att staten vill minska konsumtionen av en specifik vara. Orsaker till att man vill minska konsumtionen kan vara att varan uppfattas som dålig för miljön, ohälsosam eller beroendeframkallande. Norge har exempelvis höga punktskatter på socker, tobak och alkohol som gör att varorna är mycket billigare i Sverige än i Norge.
- **Tullar samt andra handelshinder**
Införs för att minska importen av vissa varor till förmån för inhemsk produktion. Norge har exempelvis importtullar på mejeri- och köttprodukter.
- **Skillnader i den allmänna kostnadsnivån**
Eftersom Norge är ett land med stark ekonomi och höga löner är den allmänna kostnadsnivån i landet hög. Det innebär att de flesta varor och tjänster är dyrare i Norge än i Sverige.
- **Valutakursen**
Valutakursen har historiskt gynnat de norska besökarna då de för varje norsk krona har fått något mer i svenska kronor. Under de senaste fem åren har skillnaden mellan valutorna dock inte varit särskilt stor. Under en period var den svenska valutan till och med högre värderad än den norska. I slutet av 2019 skilde det cirka fem procent till den norska kronans fördel. Man fick alltså drygt 105 SEK för 100 NOK.

Det är emellertid viktigt att vara medveten om att prisskillnaderna till största delen beror på skatter och tullar i Norge och att den norska kronan skulle behöva falla mycket kraftigt för att väga upp effekten av dessa. Således har politiska beslut om skatter och tullar relativt större påverkan på prisskillnaderna än fluktuationer i valutakursen.

Så många svenska kronor får man för 100 norska kronor



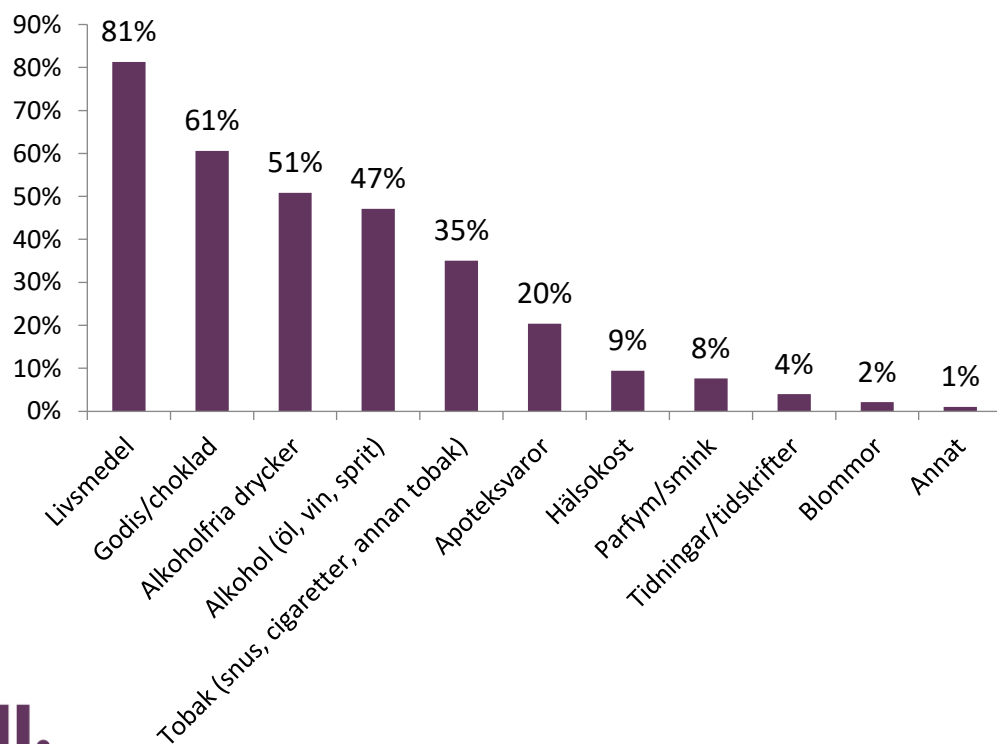
Källa: Riksbanken. Valutakurs per kvartal SEK samt NOK år 2008-2019.

01 | Livsmedel mest populärt bland besökande norrmän

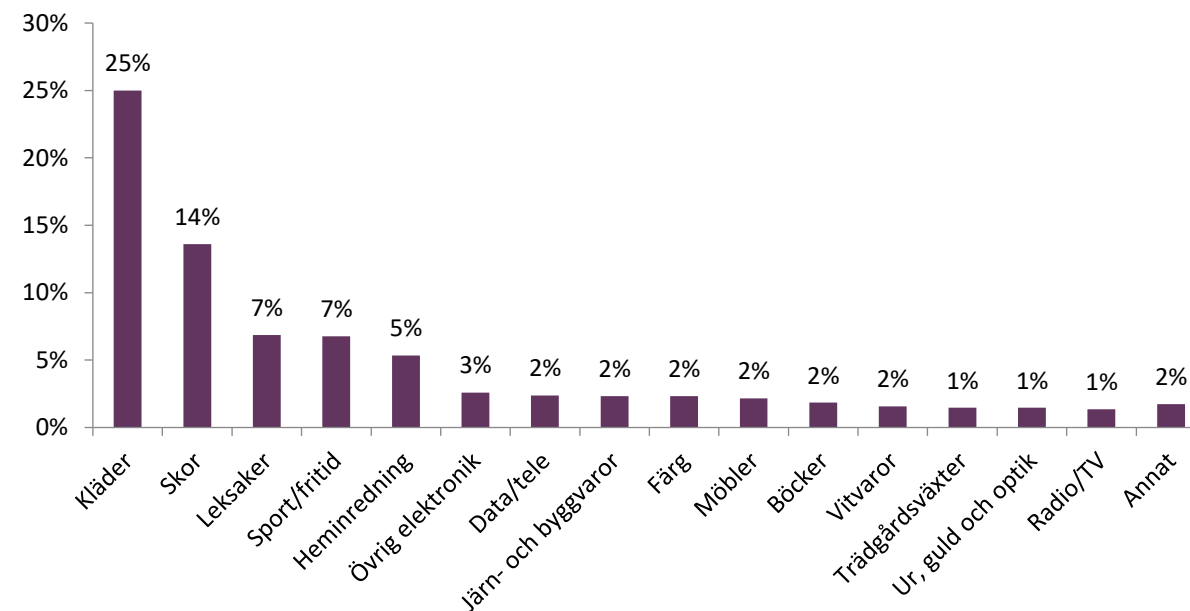
Det norska gränshandeln har även inslag av varubaserad shoppingturism, då norrmän reser till Sverige för att köpa varor som saknas på den norska sidan eller för att få tillgång till ett större utbud. De norska besökarna handlar främst dagligvaror som livsmedel, alkohol, läsk, tobak och godis, det vill säga produkter som är väsentligt billigare i Sverige än i Norge. Framför allt livsmedel lockar många av de norska besökarna.

De norska besökarna handlar även sällanköpsvaror. De vanligaste varorna är kläder och skor, sport, leksaker och heminredning. Beklädnadsinköpen skiljer sig väsentligt från inköpen av övriga varugrupper. Var fjärde respektive var sjätte norsk resenär uppger att de handlat kläder respektive skor under sin resa. Kläder och skor är bara marginellt billigare i Sverige än i Norge, så priset är inte den drivande faktorn vid dessa inköp. Istället kan det ses som ytterligare ett exempel på hur gränshandeln är varubaserad – norska resenärer får tillgång till ett större utbud och märken som kanske saknas i deras hemtrakter.

Andel av norska besökare som handlat följande dagligvaror 2017



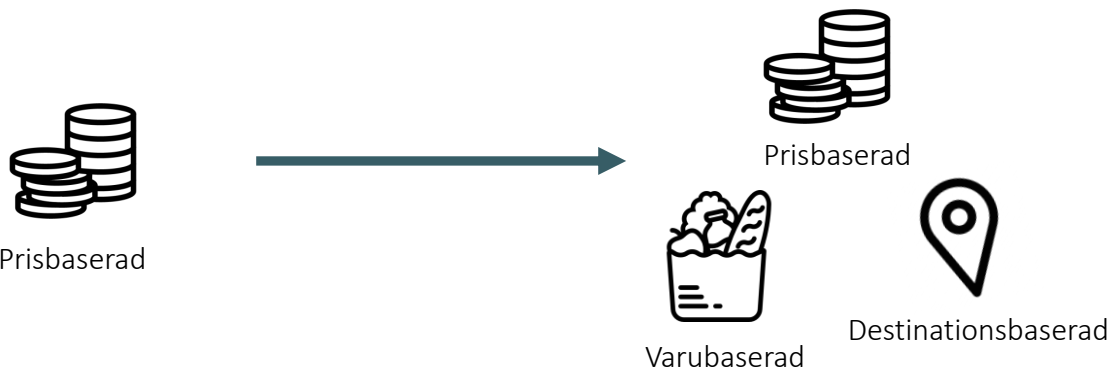
Andel av norska besökare som handlat följande sällanköpsvaror 2017



01 | Gränshandelsplatserna har blivit destinationer

Drivkraften bakom gränshandeln utgjordes från början av prisbaserad shoppingturism i och med de stora prisskillnaderna på vissa varor i Sverige jämfört med Norge. Detta är fortfarande den viktigaste faktorn som håller igång gränshandeln. Gränshandeln har dock även inslag av varubaserad shoppingturism, då norrmän reser till Sverige för att få tillgång till ett större utbud eller varor som saknas på den norska sidan. I takt med att gränshandelsplatserna har utvecklats har de även blivit destinationer. Att åka till Nordby Shoppingcenter är något av en resa i sig, med lekland och en enorm godisbutik. Man kan säga att gränshandeln gör samma resa som Gekås i Ullared en gång gjorde.

Från början var det de låga priserna och det stora utbudet som gjorde att folk reste långväga ifrån för att handla på lågprisvaruhuset Gekås i Ullared. Idag handlar Gekås om så mycket mer än varor med låga priser – en restaurang, kaffebar, frisörsalong, camping, hotell, shoppingbussar, en tv-serie med mera. Ett besök på Gekås är en upplevelse som har bidragit till att bygga platsen till en destination.



Töcksfors Shoppingcenter DÅ



Bildkälla: Töcksforsarkivet

Töcksfors Shoppingcenter NU



Bildkälla: Töcksforsarkivet

01 | Gränshandelns regionala betydelse

Norska konsumenter som åker till Sverige för att handla är vanligt förekommande i flera regioner längs med gränsen, men särskilt i de kommuner som är lokaliserade med relativt god närhet till den befolkningstäta Osloregionen med omnejd. I figuren nedan redovisas försäljning i detaljhandeln, försäljningsindex och detaljhandelns andel av antalet sysselsatta i några kommuner med en mycket omfattande gränshandel.

	Total försäljning i detaljhandeln 2019 MSEK	Försäljningsindex 2019	Detaljhandelns andel av den totala sysselsättningen 2019
Eda	3 468	605	25%
Årjäng	1 997	296	14%
Strömstad	9 177	1 037	25%
Tanum	1 461	170	10%
Sverige	692 000	100	5%

Källa: Handeln i Sverige 2019

Försäljningsindex är ett mått på om en region har ett inflöde eller utflöde av handel i relation till rikets snitt (=index 100). Strömstads index uppgår till 1 037, vilket är högst i riket. Detta innebär att detaljhandelns försäljning motsvarar försäljningen i en kommun med en tio gånger större befolkning. Strömstad är tillsammans med Eda de kommuner som står för störst andel av gränshandeln.

Detaljhandeln i gränshandelskommunerna har också en betydligt större andel av antalet sysselsatta jämfört med rikssnittet. Utöver dessa kommuner finns även kommuner där norsk konsumtion har en mindre men fortfarande betydande effekt. Då gränshandelskommunerna står för en betydande del av den norska konsumtionen i Sverige har undersökningen brutits ned på länsnivå för Västra Götaland samt Värmland som är de viktigaste gränshandelsregionerna.



02 | Norska utlägg i svensk detaljhandel

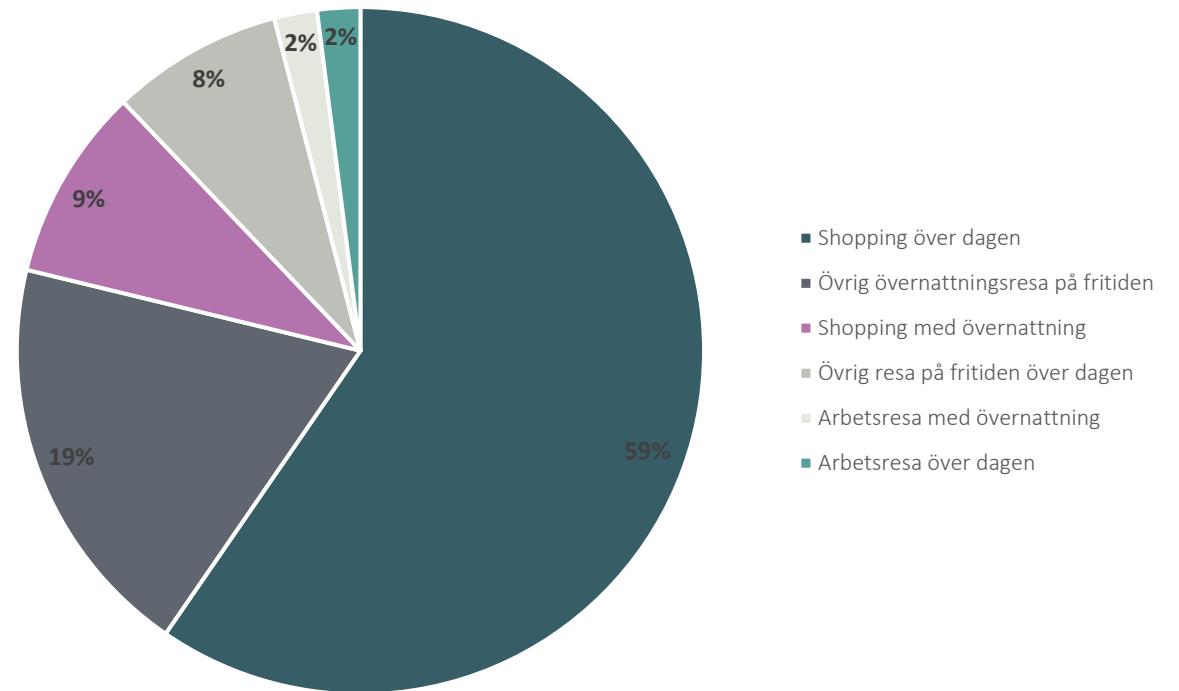
02 | Mer än nio miljoner shoppingresor till Sverige år 2017

Under 2017 gjordes 13,7 miljoner resor från Norge till Sverige. En klar majoritet, 68 procent, av dessa resor hade shoppingturism som syfte. Det motsvarar drygt 9,3 miljoner resor.

Att resa till Sverige över dagen för att shoppa var vanligast och utgjorde 59 procent av alla resor till Sverige. 9 procent av alla resor med shopping som syfte inkluderade även övernattnig.

Totalt innehöll 30 procent av resorna övernattnig. Det motsvarar drygt 4,1 miljoner resor och har en stor betydelse för besöksnäringen i Sverige, bland annat i och med de hotellvistelser det bidrar med.

Norska besökares reseanledningar 2017



Källa: HUI Research och Västra Götalandsregionen/Region Värmland/Svensk Handel, rapporten "Norsk detaljhandelskonsumtion i Sverige 2017".

02 | Storleken på norsk konsumtion i Sverige

På uppdrag av Svensk Handel, Västra Götalandsregionen och Region Värmland genomförde HUI Research en undersökning av norska invånares konsumtion i svensk detaljhandel år 2017. Undersökningen omfattade ett urval av norska invånare i åldern 17-80 år och det totala antalet svar uppgick till 4 329. Resultatet viktades sedan upp för att motsvara hela den norska befolkningen.

Baserat på undersökningen uppskattade HUI Research att de norska utläggerna i svensk detaljhandel år 2017 uppgick till 25,6 miljarder kronor. Den största delen av inköpen skedde i dagligvaruhandeln. De norska besökarna spenderade uppskattningsvis 17,5 miljarder kronor i dagligvaruhandeln och 8,1 miljarder kronor i sällanköpsvaruhandeln.

Med utgångspunkt från 2017 års undersökning har HUI Research gjort en bedömning av storleken på den norska konsumtionen i Sverige 2019. Vid bedömningen har statistik över gränshandelskommunernas utveckling, gränshandelsplatsernas utveckling och andra relevanta källor använts.

År 2019 uppgick de norska utläggerna i svensk detaljhandel uppskattningsvis till 27,9 miljarder kronor. Det motsvarar runt 4 procent av den totala svenska detaljhandeln. Utläggen i dagligvaruhandeln uppgick till 19,6 miljarder kronor. De norska besökarna spenderade uppskattningsvis 8,3 miljarder kronor i sällanköpsvaruhandeln.

Norska utlägg i svensk detaljhandel 2017

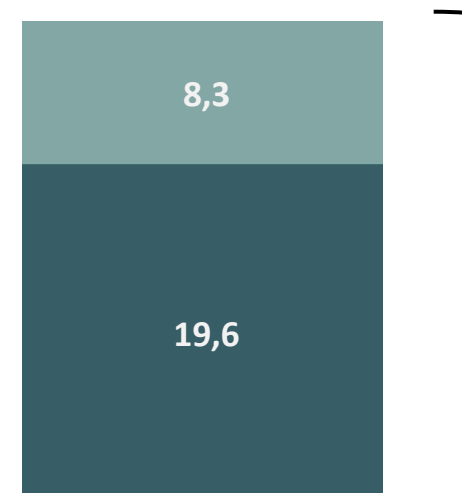


Totalt 25,6 miljarder kr

■ Dagligvaruhandel

■ Sällanköpsvaruhandel

Norska utlägg i svensk detaljhandel 2019

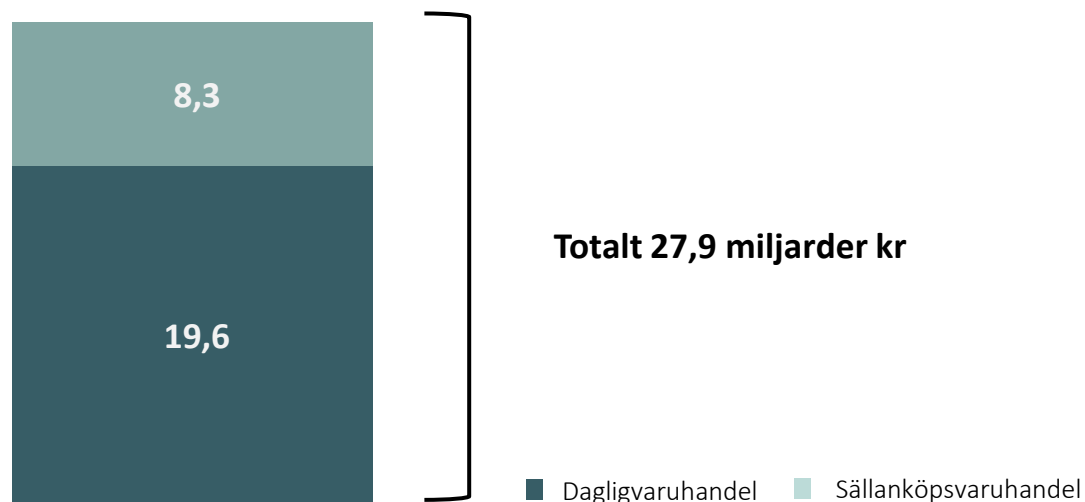


Totalt 27,9 miljarder kr

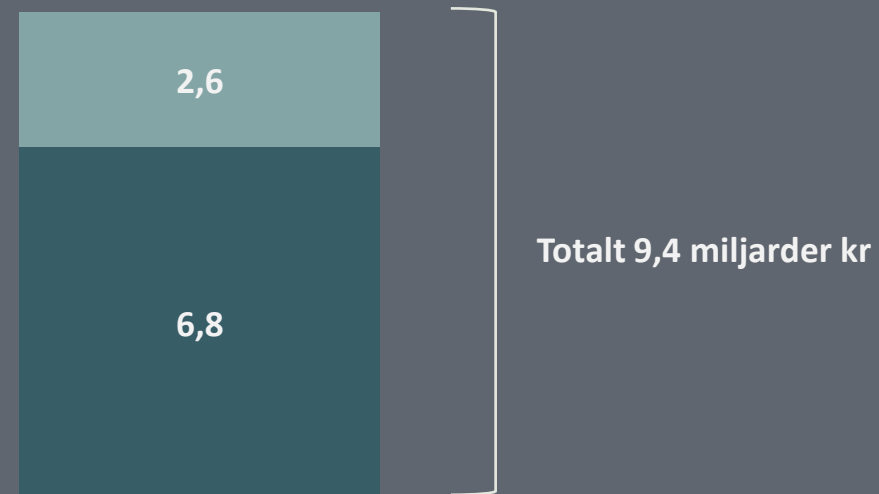
02 | Norska resenärer handlade för 27,9 miljarder i Sverige 2019

De norska besökarnas totala utlägg i svensk detaljhandel år 2019 uppgick uppskattningsvis till 27,9 miljarder kronor. Den största delen av detta utgörs av gränshandelsrelaterade inköp. En stor majoritet av inköpen skedde i dagligvaruhandeln, eftersom det är här de största prisskillnaderna mellan Sverige och Norge finns. De norska besökarna spenderade uppskattningsvis 19,6 miljarder i dagligvaruhandeln. Utläggen i sällanköpsvaruhandeln uppgick uppskattningsvis till 8,3 miljarder kronor. De viktigaste gränshandelsregionerna är Västra Götalands län samt Värmlands län. Norska besökares utlägg i dessa regioner återfinns till höger.

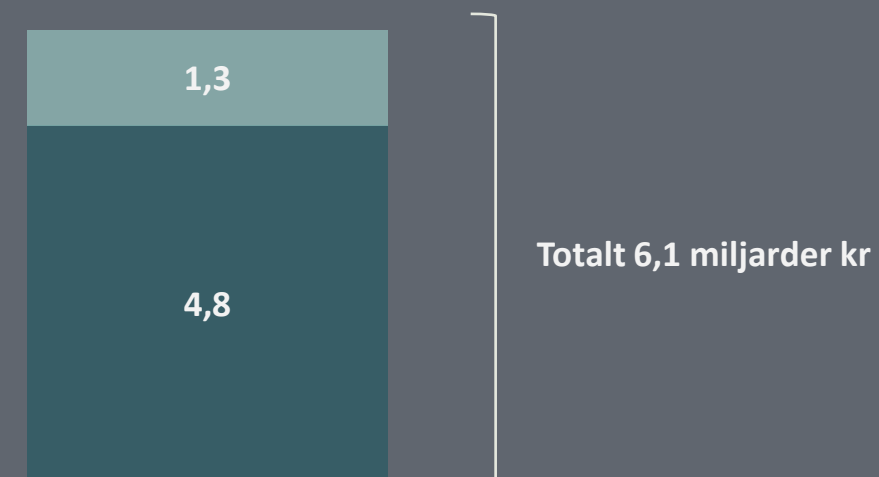
Norska utlägg i svensk detaljhandel 2019



Norska utlägg i Västra Götalands län 2019



Norska utlägg i Värmlands län 2019



03 | Den norska konsumtionens sysselesättningseffekter

03 | Låg arbetslöshet i gränshandelskommunerna

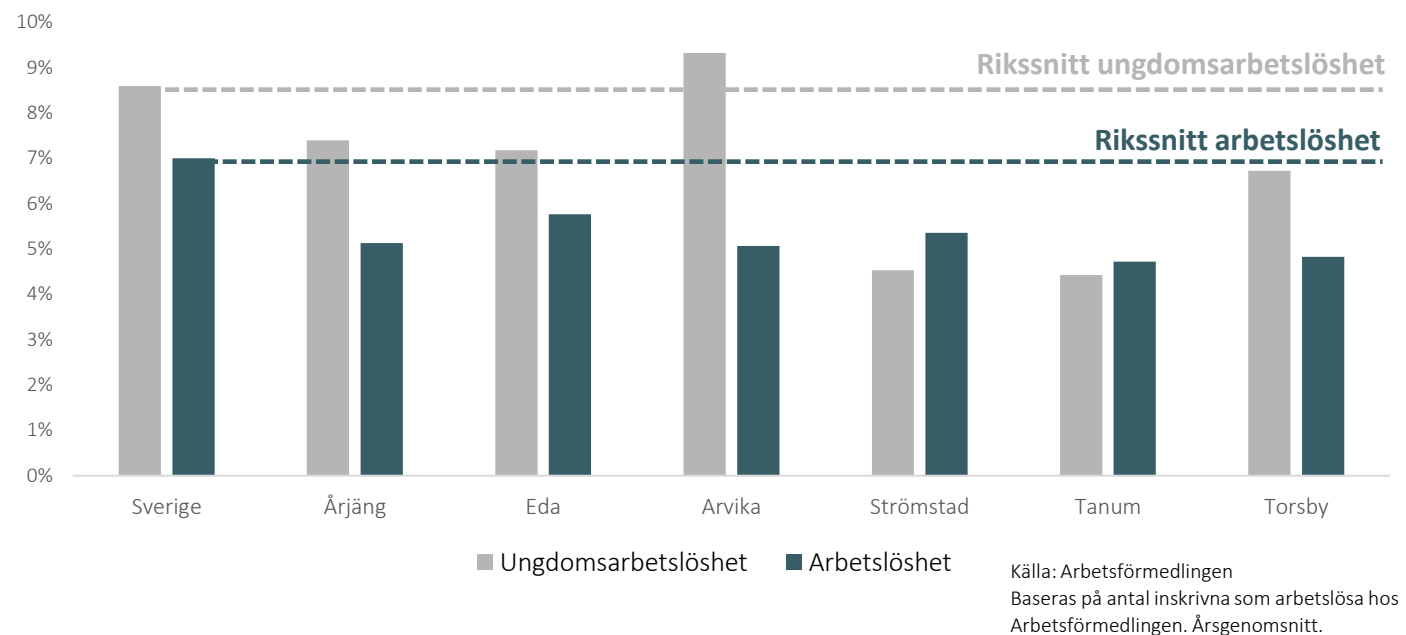
Det norska inflödet har skapat en stor mängd arbetstillfällen i gränshandelskommunerna, både i detaljhandeln och i andra verksamheter som hotell och restauranger som också är beroende av inflödet. Detta återspeglar sig tydligt i arbetslöshetssiffrorna för några av de viktigaste gränshandelskommunerna.

År 2019 var riksnittet för arbetslöshet 7,0 procent och samtliga gränshandelskommuner låg en bra bit under denna siffra. I Årjäng låg arbetslösheten på 5,1 procent, i Eda på 5,8 procent och i Strömstad på 5,4 procent.

När det gäller ungdomsarbetslöshet är skillnaden ännu tydligare för flera av gränshandelskommunerna. Ungdomsarbetslösheten (18-24 år) i Sverige låg år 2019 på 8,6 procent. Strömstad, den största svenska gränshandelskommunen, hade då en ungdomsarbetslöshet på endast 4,5 procent. De flesta av jobben som skapas i gränshandeln är relativt enkla jobb utan krav på vidareutbildning eller större erfarenhet, vilket gör att många av de anställda är unga.

Det faktum att det finns ett stort antal arbetstillfällen tillgängliga i detaljhandeln och i annan verksamhet som är relaterad till gränshandeln kan bidra till att människor väljer att inte vidareutbilda sig. I samtliga gränshandelskommuner är andelen av befolkningen med låg utbildningsnivå högre än riksgenomsnittet. Detta fenomen är dock vanligt för landsbygdskommuner generellt sett, inte bara för gränshandelskommuner.

Arbetslöshet och ungdomsarbetslöshet i gränshandelskommuner 2019



I Sverige som helhet hade 59 procent av befolkningen gymnasial eller förgymnasial utbildning som högsta utbildningsnivå år 2019 enligt SCB. För gränshandelskommunerna var motsvarande siffror: Strömstad 68 procent, Årjäng 75 procent, Eda 75 procent, Torsby 76 procent, Arvika 70 procent och Tanum 70 procent.

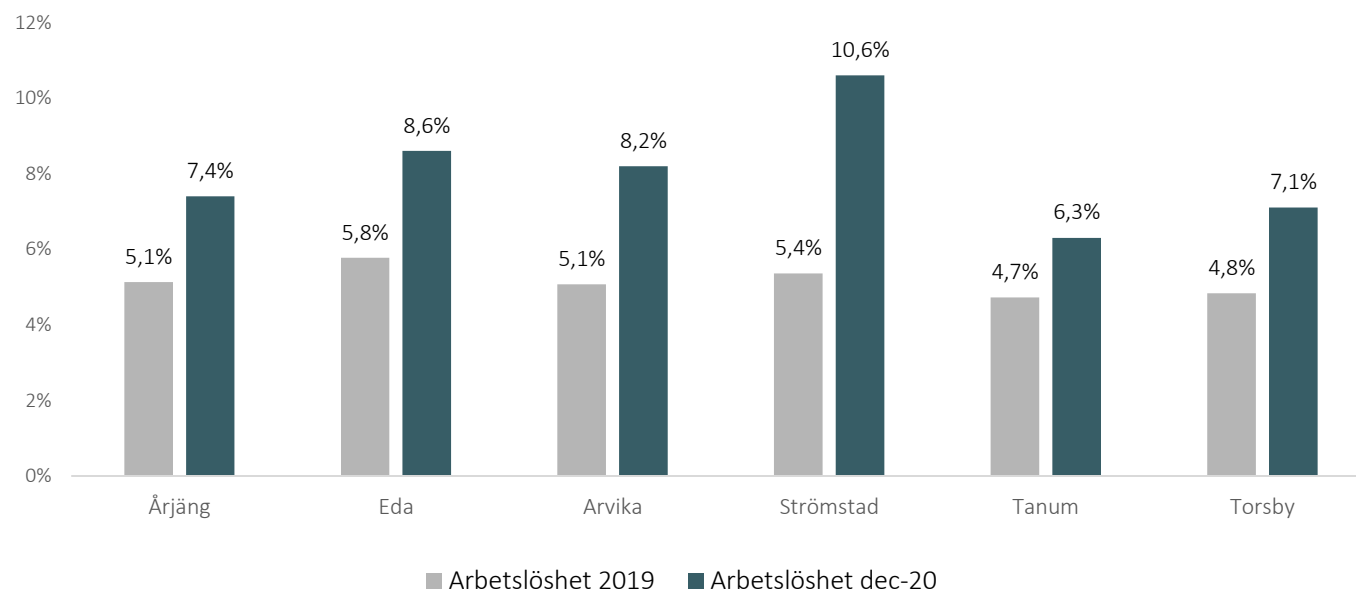
03 | Arbetslösheten steg i gränshandelskommunerna under 2020

Coronapandemin har haft en negativ effekt på arbetsmarknaden i Sverige generellt sett och antalet inskrivna som arbetslösa hos Arbetsförmedlingen har ökat. Gränshandelsaktörer har dock blivit särskilt hårt drabbade på grund av att gränsen mellan Sverige och Norge har varit stängd under långa perioder, vilket har haft en kraftigt negativ påverkan på försäljningen. Dessutom har stora delar av den fysiska detaljhandeln haft det kämpigt under pandemin på grund av restriktioner och behovet av fysisk distansering vilket också gränshandeln påverkats av.

Arbetslösheten steg kraftigt i samtliga gränshandelskommuner under 2020, vilket är ett tecken på att verksamheterna haft svårt att gå runt utan det norska inflödet. Ökningen var särskilt hög i Strömstad där arbetslösheten ökade från 5,4 procent under 2019 till 10,6 procent i slutet av 2020, vilket nästan är en fördubbling. Ungdomsarbetslösheten i Strömstad sköt i höjden och ökade från 4,5 procent år 2019 till 15,4 procent i december 2020.

Om arbetstillfällena i gränshandelsrelaterad verksamhet försvinner kan det bli svårt för de som saknar utbildning eller erfarenhet utöver exempelvis detaljhandel att finna ett nytt arbete. De kan även välja att börja utbilda sig eller flytta och sedan inte återvända till gränshandelsverksamheten när det finns arbetstillfällen igen, vilket kan få långsiktiga konsekvenser för möjligheten att starta upp gränshandeln och återgå till normala försäljningsnivåer.

Arbetslöshet i gränshandelskommuner 2019 och december 2020



Källa: Arbetsförmedlingen
Antal inskrivna som arbetslösa hos Arbetsförmedlingen.
Årsgenomsnitt för 2019, månadssiffror för december 2020.

03 | Det norska inflödets effekt på sysselsättningen

Utifrån uppskattningarna av norsk konsumtion i svensk detaljhandel 2019 har HUI Research bedömt hur många arbetstillfällen det norska inflödet har bidragit till att skapa i detaljhandeln i Sverige.

Totalt sett har den norska konsumtionen skapat uppskattningsvis 7 200 arbetstillfällen i detaljhandeln i Sverige .

- ✓ Det motsvarar nästan 3 procent av alla detaljhandelsanställda i Sverige.
- ✓ Det är drygt 700 fler än som jobbar på Volvo Cars fabrik i Torslanda.

I Västra Götalands län uppskattas den norska konsumtionen ha bidragit till att skapa 2 000 arbetstillfällen i detaljhandeln. Det motsvarar drygt 4 procent av alla detaljhandelsanställda i Västra Götalands län.

I Värmlands län bedöms den norska konsumtionen ha skapat nästan 1 800 arbetstillfällen i detaljhandeln. Det motsvarar mer än 23 procent av alla detaljhandelsanställda i Värmlands län.

Sverige

Västra Götaland

Värmland

Sysselsatta i detaljhandeln hänförliga till norskt inflöde	Andel av de sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde
7 200	3%
2 000	4%
1 800	23%

Källa: HUI Research och Handeln i Sverige. Sysselsättning beräknas utifrån norska utlägg i svensk detaljhandel 2019 samt genomsnittlig omsättning per sysselsatt i detaljhandeln från Handeln i Sverige.

04 | Den norska konsumtionens betydelse för svensk ekonomi

04 | 6,5 miljarder till statskassan under 2019

Stora skatteintäkter när norrmännen besöker gränsbutikerna

Gränshandelsaktörerna skapar stora värden för sina kunder, vilket i sin tur skapar skatteintäkter. Under 2019 beräknas norsk konsumtion i svensk detaljhandel ha genererat 6,5 miljarder kronor till statskassan, pengar som finansierar välfärd och offentliga tjänster.

- ✓ Det är mer pengar än vad staten lägger på Sveriges domstolar under ett år.
- ✓ Pengarna skulle räcka till att anställa 12 000 grundskollärare – drygt två lärare på varje svensk grundskola.

Det är framförallt moms och andra punktskatter som flödar till staten, men även arbetsgivaravgifter och statliga löneskatter från den personal som betjänar kunderna.

Översikt – Skattebidrag från norsk konsumtion i svensk detaljhandel

Skattebidrag, i miljoner kronor*	2019
Konsumtionsskatter	+6 060
Arbetsgivaravgifter	+430
Statliga inkomstskatter	+20
Till statskassan	+6 510



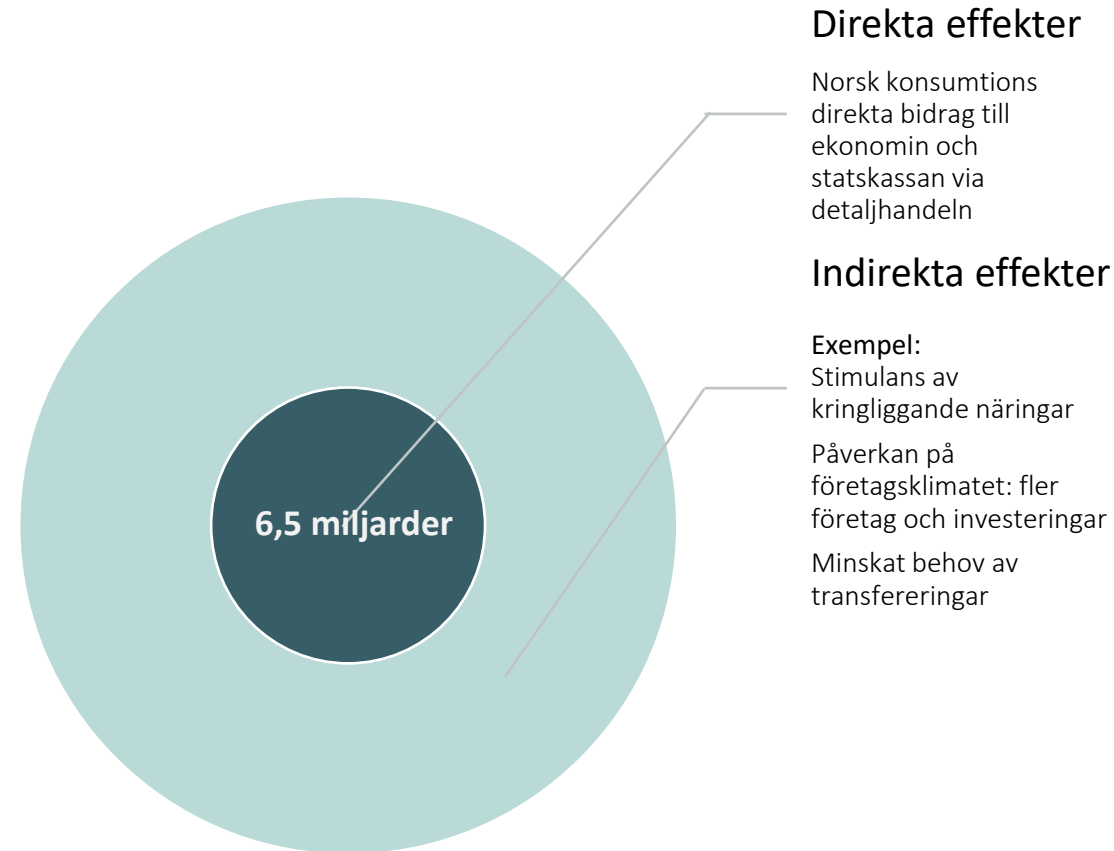
04 | Indirekta effekter påverkar också statsfinanserna

Stimulans av andra näringar, gynnsamt företagsklimat och minskat behov av transfereringar

Utöver de direkta skatteintäkter som den norska konsumtionen i svensk detaljhandel ger upphov till påverkas den lokala ekonomin och statsfinanserna i en gynnsam riktning även på andra sätt. Några exempel på detta är att:

- ✓ Den höga efterfrågan på detaljhandelsvaror stimulerar leverantörer och andra näringar i den kringliggande ekonomin. Det gäller inte minst besöksnäringen* och tjänstenäringen. Exempelvis kan norska konsumenter välja att övernatta på hotell, besöka restauranger eller passa på att gå till frisören, vilket ger nya affärer och ytterligare skatteintäkter.
- ✓ Ett starkt affärsklimat gör det attraktivt att starta företag i gränshandelsområdena, vilket öppnar nya dörrar och skapar nya nätverk. Fler jobb kan därmed skapas och investeringar göras som höjer produktiviteten och lönerna och ökar skatteintäkterna.
- ✓ Statens utgifter för transfereringar och arbetsmarknadsinsatser minskar när gränshandeln går bra och håller arbetslösheten på en låg nivå.

Illustration – Direkta och indirekta effekter av norsk konsumtion i svensk detaljhandel

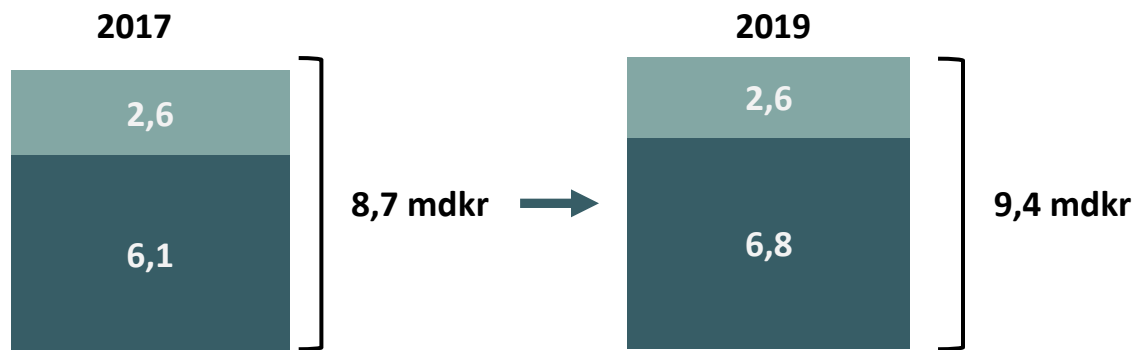


05 | Den norska konsumtionens regionala betydelse

05 | Norsk detaljhandelskonsumtion i Västra Götaland

De norska besökarnas utlägg i detaljhandeln i Västra Götalands län uppskattas ha ökat från 8,7 miljarder kronor år 2017 till 9,4 miljarder kronor år 2019. Det innebär att de norska besökarnas utlägg står för knappt 8 procent av länets totala detaljhandelsomsättning.

De norska besökarna spenderade uppskattningsvis 6,8 miljarder i dagligvaruhandeln i länet år 2019, en ökning med 0,7 miljarder sedan 2017. Utläggen i sällanköpsvaruhandeln uppgick uppskattningsvis till 2,6 miljarder år 2019, en siffra som är i princip oförändrad sedan 2017.



De norska besökarnas utlägg i detaljhandeln i Västra Götalands län uppskattas ha bidragit till att skapa drygt 2 000 arbetstillfällen, vilket motsvarar 4 procent av alla sysselsatta i detaljhandeln i länet.

Antal sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde	Andel av de sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde
2 000	4%

För vissa enskilda kommuner är detaljhandeln särskilt betydelsefull. I Västra Götaland har vi valt att specialstudera de orter där den norska konsumtionen och gränshandeln spelar en särskilt stor roll. I Strömstad arbetar 25 procent av arbetskraften inom detaljhandeln och av dessa är 85 procent hänförliga till det norska inflödet av konsumtion.

Gränshandelskommun	Detaljhandelns andel av totala sysselsatta	Andel sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde
Strömstad	25%	85%
Tanum	10%	42%

Det norska inflödet av konsumtion ger även stora effekter för regionen och kommunerna utanför själva detaljhandeln. Inte minst gäller detta för hotell, restauranger och aktivitetsföretag (exempelvis lekland). Det gör att effekterna på försäljningen, sysselsättningen och skatterna är långt mycket större än vad som redovisas i denna rapport, eftersom rapporten fokuserar endast på detaljhandeln.

Källa: HUI Research. Utläggen för 2017 kommer från rapporten "Norsk detaljhandelskonsumtion i Sverige 2017". Utläggen för 2019 baseras på 2017 års siffror och räknas upp med hjälp av datakällor som detaljhandelsomsättning på regional nivå från Handeln i Sverige, handelsplats- och köpcentrumförsäljning från SSCD och Olav Thon samt köpkraftsstatistik från SCB. Försäljning inklusive moms. Sysselsättning beräknas utifrån norska utlägg i svensk detaljhandel 2019 samt genomsnittlig omsättning per sysselsatt i detaljhandeln från Handeln i Sverige.

05 | Det norska inflödets skattepåverkan i Västra Götaland

Två miljarder kronor i skatteintäkter

- ✓ Västra Götalandsregionen har ett stort inflöde från Norge som under 2019 beräknas ha genererat mer än två miljarder i skatteintäkter.
- ✓ Det motsvarar omkring en tredjedel av den norska konsumtionens totala skattepåverkan.
- ✓ Tre fjärdedelar av intäkterna beräknas komma från dagligvaruhandeln och en fjärdedel från sällanköpsvaruhandeln.
- ✓ Den största delen av skatteintäkterna går till statliga konsumtionsskatter. Omkring en tiondel av skatteintäkterna går dock till kommunerna och till regionen.
- ✓ Stora gränshandelskommuner är Strömstad och Tanum.

Skatteeffekter av norsk konsumtion i Västra Götaland

Typ av skatteintäkt från norsk konsumtion (MSEK)*	2019
Skatteflöde till statskassan	+2 160
Skatteflöde till regionen	+40
Skatteflöde till kommunerna	+90
Totalt	+2 290

Stora gränshandelskommuner

Skatteintäkter från norsk konsumtion (MSEK)	2019
Strömstad	+1 990
Tanum	+160

Ovanstående avser skatteintäkter till hela den offentliga sektorn.

*I de statliga skatterna ingår moms, punktskatter samt arbetsgivaravgifter och statliga inkomstskatter. Momssatsen för dagligvaror exklusive alkohol och tobak har satts till 14 procent medan den tillämpade momssatsen för sällanköpsvaror respektive alkohol och tobak är 25 procent. För arbetsgivaravgiften har en skattesats på 31,42 procent använts. Intäkterna från statliga inkomstskatter för anställda inom gränshandeln har antagits stå i samma relation till kommunalskatteintäkterna som för den generella arbetskraften i riket. De skatteintäkter som kommer från inkomstskatter har beräknats från heltidsekvivalenter av de sysselsatta som anges på sida 22. Konverteringen till heltidsekvivalenter har gjorts genom att väga olika sysselsättningstal mot varandra från SCBs databaser *Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik* respektive *Företagens ekonomi*.

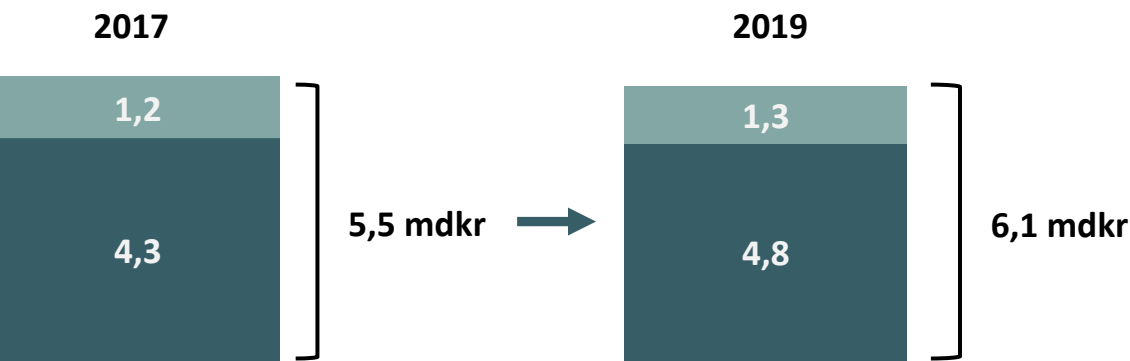


Bild: Wikimedia Commons

05 | Norsk detaljhandelskonsumtion i Värmland

De norska besökarnas utlägg i detaljhandeln i Värmlands län uppskattas ha ökat från 5,5 miljarder kronor år 2017 till 6,1 miljarder kronor år 2019. Det innebär att de norska besökarnas utlägg står för drygt 27 procent av länets totala detaljhandelsomsättning.

De norska besökarna spenderade uppskattningsvis 4,8 miljarder i dagligvaruhandeln i länet år 2019, en ökning med 0,5 miljarder sedan 2017. Utläggen i sällanköpsvaruhandeln uppgick uppskattningsvis till 1,3 miljarder år 2019, en siffra som har ökat med 0,1 miljarder sedan 2017.



De norska besökarnas utlägg i detaljhandeln i Värmlands län uppskattas ha bidragit till att skapa drygt 1 800 arbetstillfällen, vilket motsvarar 23 procent av alla sysselsatta i detaljhandeln i länet.

Antal sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde	Andel av sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde
1 800	23%

För vissa enskilda kommuner är detaljhandeln särskilt betydelsefull. Värmland har vi valt att specialstudera de orter där den norska konsumtionen och gränshandeln har särskilt stor betydelse. I Eda kommun arbetar 25 procent av arbetskraften inom detaljhandeln och av dessa är 82 procent hänförliga till den norska konsumtionen.

Gränshandelskommun	Detaljhandelns andel av totala sysselsatta	Andel sysselsatta i detaljhandeln som är hänförliga till norskt inflöde
Eda	25%	82%
Årjäng	14%	63%
Torsby	6%	30%
Arvika	5%	3%

Det norska inflödet av konsumtion ger även stora effekter för regionen och kommunerna utanför själva detaljhandeln. Inte minst gäller detta för hotell, restauranger och aktivitetsföretag (exempelvis lekland). Det gör att effekterna på försäljningen, sysselsättningen och skatterna är långt mycket större än vad som redovisas i denna rapport, eftersom rapporten fokuserar endast på detaljhandeln.

Källa: HUI Research. Utläggen för 2017 kommer från rapporten "Norsk detaljhandelskonsumtion i Sverige 2017". Utläggen för 2019 baseras på 2017 års siffror och räknas upp med hjälp av datakällor som detaljhandelsomsättning på regional nivå från Handeln i Sverige, handelsplats- och köpcentrumförsäljning från SSCD och Olav Thon samt köpkraftsstatistik från SCB. Försäljning inklusive moms. Sysselsättning beräknas utifrån norska utlägg i svensk detaljhandel 2019 samt genomsnittlig omsättning per sysselsatt i detaljhandeln från Handeln i Sverige.

05 | Det norska inflödets skattepåverkan i Värmland

Nästan 1,6 miljarder kronor i skatteintäkter

- ✓ I Värmland finns ett stort inflöde av norska besökare som under 2019 beräknas ha genererat nästan 1,6 miljarder kronor i skatteintäkter.
- ✓ Det motsvarar närmare en fjärdedel av den norska konsumtionens totala skattepåverkan i Sverige.
- ✓ Fyra av fem skattekronor beräknas komma från dagligvaruhandeln och endast en av fem från sällanköpsvaruhandeln.
- ✓ Större delen av skatteintäkterna går till statliga konsumtionsskatter. Drygt en tiondel av skatteintäkterna går dock till kommunerna samt till regionen.
- ✓ Stora gränshandelskommuner i Värmland är Eda, Årjäng, Torsby och Arvika.
- ✓ Utöver angivna kommuner finns ett stort inflöde av norsk konsumtion också i Karlstad som har koncept som saknas i gränshandeln, exempelvis IKEA.

Skatteeffekter av norsk konsumtion i Värmland

Typ av skatteintäkt från norsk konsumtion (MSEK)*	2019
Skatteflöde till statskassan	+1 450
Skatteflöde till regionen	+40
Skatteflöde till kommunerna	+70
Totalt	+1 560

Stora gränshandelskommuner

Skatteintäkter från norsk konsumtion (MSEK)	2019
Eda	+730
Årjäng	+350
Torsby	+80
Arvika	+20

Ovanstående avser skatteintäkter till hela den offentliga sektorn.

*I de statliga skatterna ingår moms, punktskatter samt arbetsgivaravgifter och statliga inkomstskatter. Momssatsen för dagligvaror exklusive alkohol och tobak har satts till 14 procent medan den tillämpade momssatsen för sällanköpsvaror respektive alkohol och tobak är 25 procent. För arbetsgivaravgiften har en skattesats på 31,42 procent använts. Intäkterna från statliga inkomstskatter för anställda inom gränshandeln har antagits stå i samma relation till kommunalskatteintäkterna som för den generella arbetskraften i riket. De skatteintäkter som kommer från inkomstskatter har beräknats från heltidsekvivalenter av de sysselsatta som anges på sida 22. Konverteringen till heltidsekvivalenter har gjorts genom att väga olika sysselsättningstal mot varandra från SCBs databaser *Registerbaserad arbetsmarknadsstatistik* respektive *Företagens ekonomi*.



06 | Pandemiåret 2020



Från succé till katastrof

06 | 2020: Året vi helst vill glömma

I det sista avsnittet av rapporten kommer vi att diskutera pandemiåret 2020/2021 som förvandlat gränshandeln från succé till katastrof. Viktigt att komma ihåg är att gränshandeln inte på något sätt var en bransch i kris före pandemin. Förutsättningarna förändrades på mycket kort tid och sannolikheten för att gränshandeln ska kunna komma tillbaka igen efter pandemin är mycket hög.

Gränshandeln har mer eller mindre upphört under 2020. Enligt norska statistiska centralbyrån SSB har gränshandeln tappat nästan 90 procent under helåret 2020. Detta trots att försäljningen låg på normala nivåer fram till mitten av mars. Indikationer från detaljister och fastighetsägare bekräftar denna bild. Detta får stora effekter, inte bara för detaljhandelsaktörerna utan även för sysselsättningen och de skatterelaterade intäkterna.

Detta innebär inte bara utmaningar för detaljhandeln utan också för de kringverksamheter, exempel bilverkstäder och kommersiell service, som drivs av besöken till detaljhandeln och de destinationer som har byggts upp runt detaljhandeln.



-87,7%

Nedgång i gränshandeln under
helåret 2020

Källa: SSB

06 | Kommer normmännen tillbaka?

I en undersökning som Region Värmland genomförde med norska konsumenter under juni/juli 2020 påtalar lejonparten av de som intervjuats att det är sannolikt eller mycket sannolikt att de kommer att fortsätta att handla dagligvaror/alkohol/tobak i Sverige/Värmland när gränserna öppnas igen. Endast ett fåtal menar att de inte kommer att göra det, vilket visar på att det finns ett stort intresse för att komma igång med gränshandeln igen även ur ett norskt konsumentperspektiv. Ur ett efterfrågeperspektiv ser vi det därför som ganska troligt att gränshandeln kommer tillbaka

HUI har från regionalt håll fått signaler om att det finns en risk för att det kan uppstå en brist på arbetskraft då gränshandeln ska starta upp igen. Detta då många redan tvingats flytta från gränshandelsområdena till storstäderna för att få jobb. Om detta sker i stor skala kan det försvåra för verksamheter att skala upp till normala försäljningsnivåer igen.

Hur sannolikt är det att du kommer att fortsätta handla dagligvaror/alkohol/tobak i Sverige/Värmland, när gränserna öppnas igen? Q26

Demografiska skillnader: kön och ålder

	Alla	Kvinnor	Män	18-34	35-54	55+
7- Mycket sannolikt	30	28	32	17	34	37
6	12	10	14	8	14	14
5	14	12	15	18	12	11
4	14	13	15	22	13	9
3	8	11	6	10	9	7
2	4	5	4	5	3	5
1 – Mycket osannolikt	7	7	6	6	7	7
5-7	55	49	61	42	60	63
Medel	5,0	4,8	5,2	4,6	5,2	5,2



- Svarmönstret känns igen från motsvarande fråga som gällde att återuppta resandet generellt till Sverige/Värmland efter pandemin. Återigen i betraktarens ögon hur andelarna ska tolkas. 55% tror att de återupptar sitt vanliga handlande när gränserna öppnas...är glaset halvfyllt eller halvtomt?

Källa: Research One: Analys Norska besökare i Värmland juni/juli 2020

06 | Gränshandeln idag och i framtiden

HUI har intervjuat politiker, företagare och företrädare för intresseorganisationer för att få en bild av deras uppfattning om situationen som råder i gränshandelsområdena. I skrivande stund (februari 2021) är gränsen stängd i båda riktningarna, vilket leder till stora utmaningar för hela regionen och för de som pendlar över våra landsgränser. Gränsen mellan Sverige och Norge är cirka 160 mil lång och det historiskt goda samarbetet mellan länderna är en förutsättning för att gränstrakterna ska frodas. Detta gäller både ur ett detaljhandelsperspektiv och för näringslivet i stort. Under pandemin har en ganska hård ton uppstått mellan länderna och det kan ta tid att återupprätta den goda grannsämjan mellan länderna.

Många av de personer som intervjuats har påtalat att regeringen skulle kunna göra mer. Särskilt gäller detta riktade stöd till branscher som har tappat nästan hela sin omsättning. Det rör sig inte om ett geografiskt område eller en bransch som redan var i kris redan innan pandemin, tvärtom bidrar detaljhandeln och kommunerna där gränshandel bedrivs med miljardbelopp till statskassan varje år. Vidare är arbetslösheten i gränshandelsområdena lägre än rikssnittet och ungdomsarbetslösheten är mycket lägre. För att undvika att ungdomar och familjer flyttar från området behövs riktade, tillfälliga stödåtgärder.

Gränshandeln är i mycket hög grad bilbaserad, vilket ur ett hållbarhetsperspektiv kan förefalla omodernt. Viktigt är dock, som några respondenter har påtalat, att se hållbarhetsfrågan i ett större perspektiv än bilism. Det handlar också om "ekonomisk och social hållbarhet". Gränshandeln skapar trygga arbetstillfällen och detaljhandeln möjliggör med sina många deltidsjobb en flexibilitet för familjer där många dagpendlar över gränsen. Norge är också det land som har högst andel elbilar per capita, vilket har påskyndat gränshandelsplatsernas utbyggnad av laddstationer. Att Norges progressiva miljöpolitik inom fordonssektorn innebär att gränshandeln utvecklas och förnyas är bra ur ett hållbarhetsperspektiv.

Åtgärder som panelen påtalade som främst prioriterade:

1. Riktade stöd – med målet att bolag såväl som kommuner och regioner ska kunna starta upp igen efter pandemin.
2. Stöd som är anpassade till mindre bolag och inte bara storbolag.
3. Insatser för att normalisera förbindelserna mellan länderna – med målet att återupprätta den tidigare så goda relationerna mellan länderna.



06 | Förslag på åtgärder

Åtgärder på kort sikt

Prioriterade förslag från våra respondenter:

- ✓ Riktade stöd som är anpassade för den unika situation som gränshandelskommunerna befinner sig i med över 90 procents förlorad omsättning.
- ✓ Stöd som är anpassade till mindre bolag och inte bara storbolag.
- ✓ Stöd till enskilda kommuner och regioner eftersom effekterna har spritt sig även till andra näringar än detaljhandeln.

Åtgärder på lång sikt

Prioriterade förslag från våra respondenter:

- ✓ Utökat kunskapsunderlag för att förstå förhållandena runt gränshandelsområden samt vilket bidrag norsk konsumtion bidrar med i ett större perspektiv
- ✓ Insatser för att återupprätta det goda relationerna mellan Sverige och Norge. Detta kan vara allt i från infrastrukturprojekt till praxis som kan underlätta för liknande situationer i framtiden.
- ✓ Omställning: Arbetsförmedlingen behöver anpassa sina verktyg utifrån de lokala förutsättningarna i gränshandelsområdet.

07 | Trender i detaljhandeln

Trender

Förskjutning till klustrad handel och e-handel

HANDELN FLYTTAR IN I HANDELSOMRÅDEN

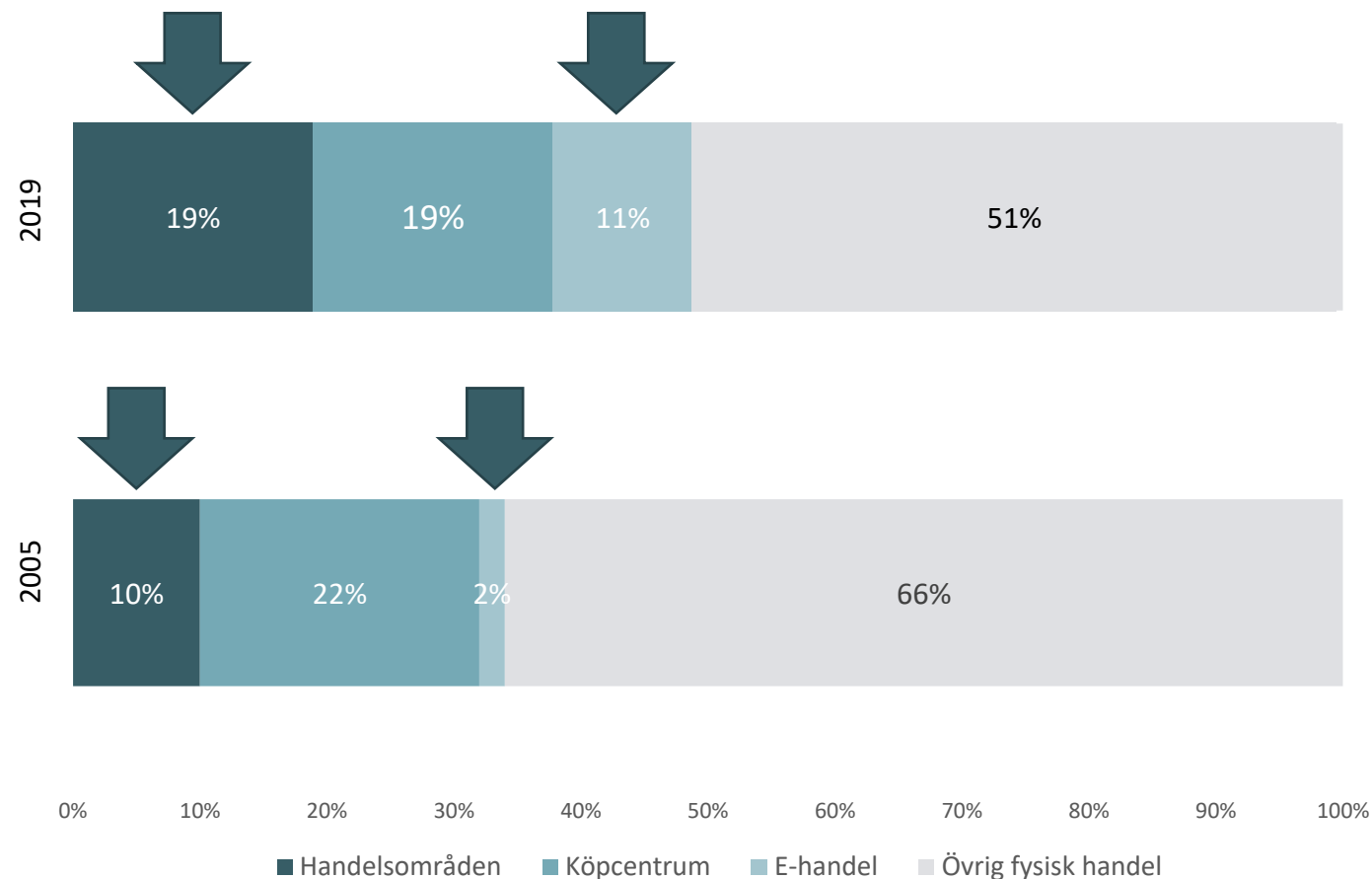
Under 2000-talet har handelns tyngdpunkt förskjutits från traditionella butiker mot e-handel och klustrad handel i handelsområden och köpcentrum. Nästan en fjärdedel av försäljningen i detaljhandeln sker i klustrad handel.

Mellan 2005 och 2019 har handelsområden och e-handel uppvisat i särklass högst tillväxt. Förskjutningen har till stor del drivits av konsumenternas önskemål om enkelhet, bekvämlighet och att kunna uträtta flera ärenden på samma ställe. Den har även drivits på av den starka lågpristrenden. Lågprisbutiker är i regel stora till ytan och bygger på volym, vilket gör att de passar bra i handelsområden. Även en del av tillväxten i e-handeln är prismotiverad. Ofta går det att köpa varor billigare via nätet än i fysisk butik, och det är dessutom enkelt att göra prisjämförelser.

Det segment som har tappat mest under perioden 2005 till 2019 är övrig fysisk handel. Här finner vi till exempel all handel i glesbygd samt handeln i många stadskärnor.

KLISTRAD HANDEL OCH E-HANDEL VÄXER

Detaljhandelns försäljningsandelar uppdelade på kanal 2005 respektive 2019.



Källor: SSCD 2019, NCSC, HUI

Trender

Kraftig e-handelstillväxt som inte avstannar

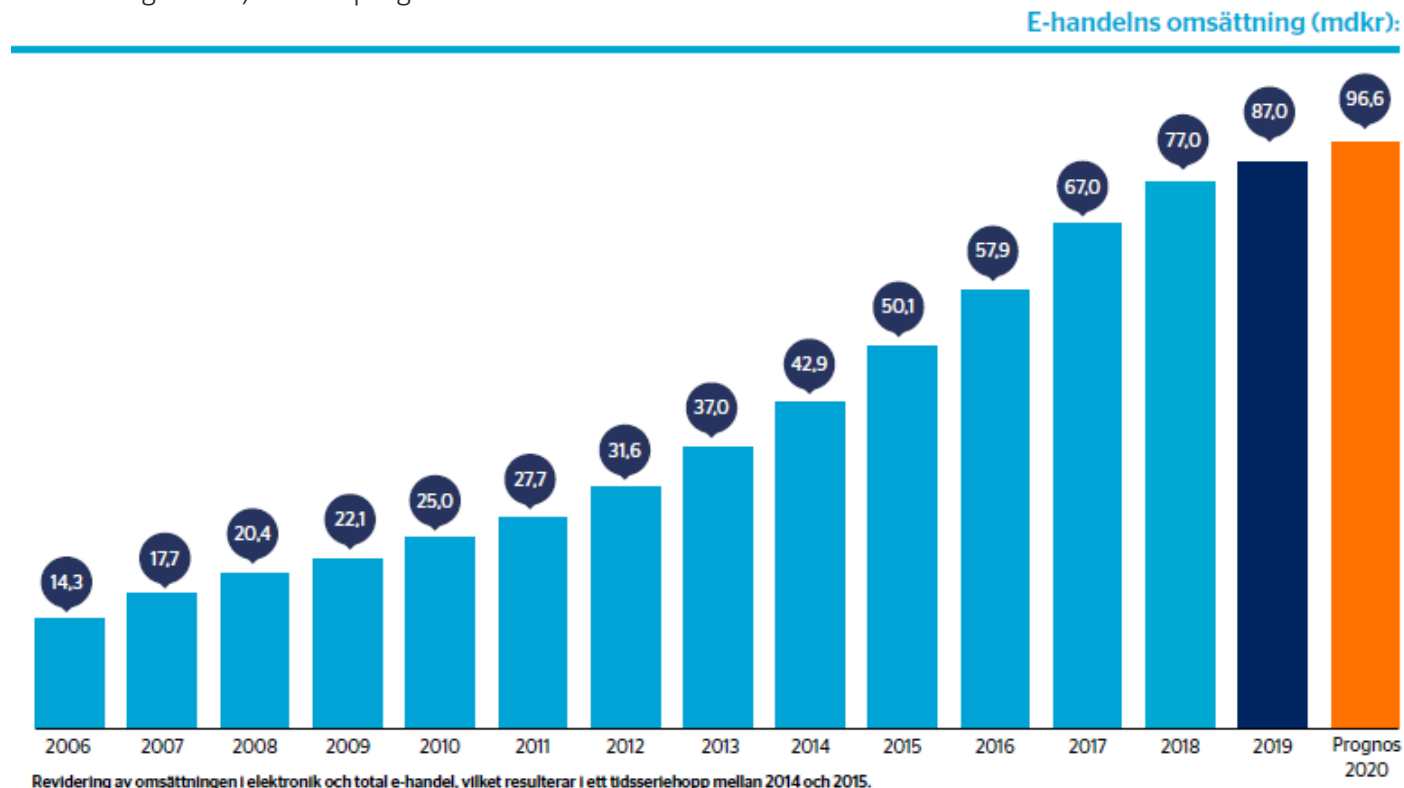
E-HANDELN HAR FYRDUBBLATS PÅ ETT DECENNIMUM

Under det senaste decenniet har en allt större andel av försäljningen inom detaljhandeln flyttat till nätet. På tio år har e-handels storlek nästan fyrdubblats. År 2019 e-handlade svenska konsumenter varor för 87 miljarder kronor. E-handeln stod då för elva procent av den totala försäljningen i detaljhandeln, vilket kan jämföras med en e-handelsandel på knappt fyra procent år 2010.

Tillväxten beror på att nya kundgrupper, såsom äldre, kliver ut på nätet samtidigt som de vana e-handelskonsumenterna spenderar en allt större andel av sin konsumtion i e-handeln. Kanalförskjutningen till e-handeln har under det senaste decenniet fått stora konsekvenser för sällanköpsvaruhandeln och dess fysiska butiker med konsolidering, konkurser och butiksstängningar som följd. Dessutom har handeln fått internationell konkurrens från utländska e-handelsaktörer.

E-HANDELNS OMSÄTTNING

Omsättning i mdkr, 2020 = prognos



Trender

Dagligvaruhandeln är minst på nätet men störst fysiskt

STORA SKILLNADER I BRANSCHERS E-HANDELSANDEL

Delbranscherna inom detaljhandeln har kommit olika långt i sin e-handelsresa. Bokhandeln var en av de första branscherna som började växa på nätet, och 2019 uppgick branschens e-handelsandel till 59 procent.

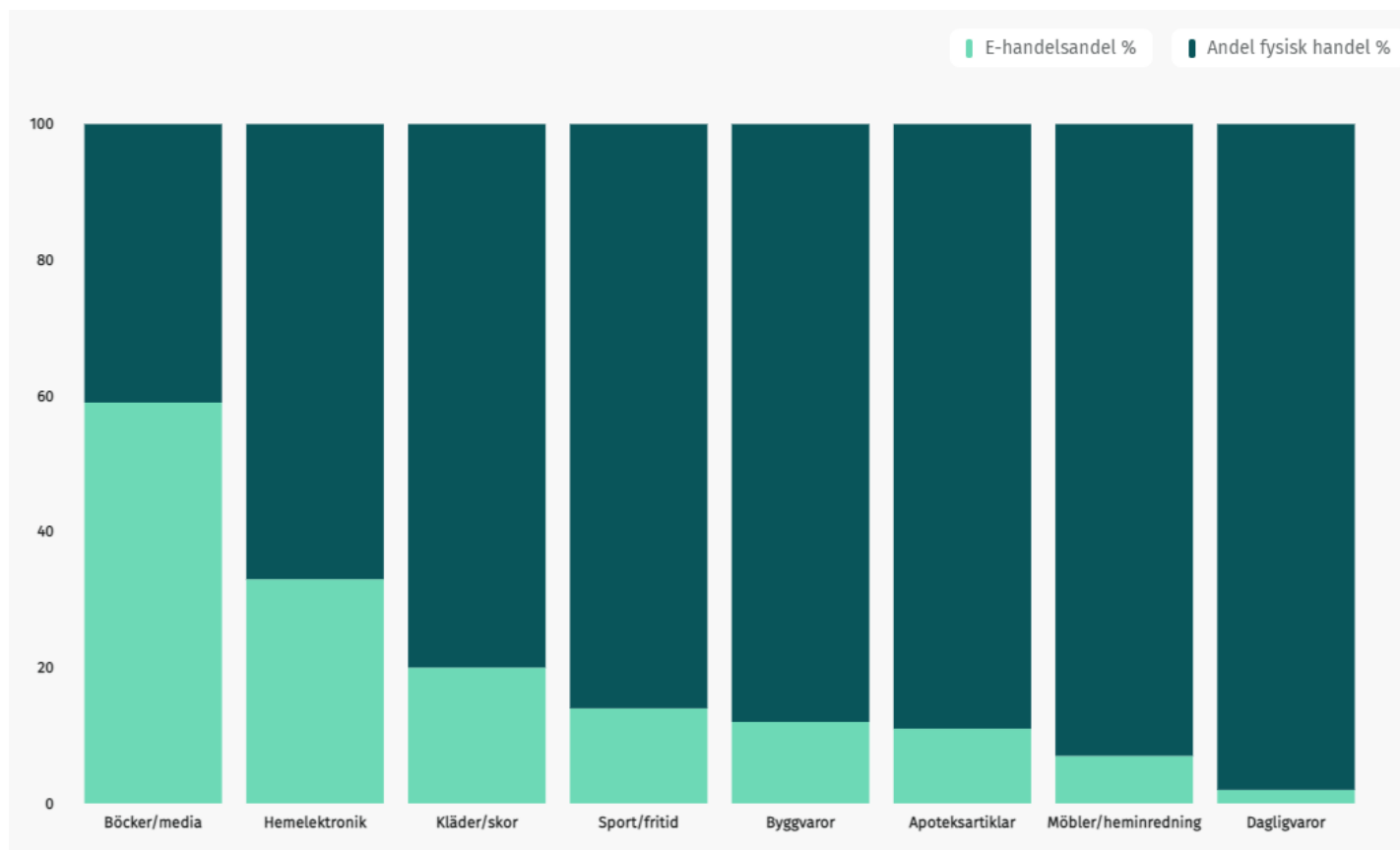
Elektronikhandeln är en annan bransch som är stor på nätet. År 2019 skedde en tredjedel av försäljningen i e-handeln.

Gemensamt för dessa branscher är att de har få naturliga barriärer för e-handel. Varorna är relativt enkla att transportera hem till kunden eller till ett utlämningsställe, och konsumenterna har generellt sett inte något särskilt stort behov av att känna på eller prova varorna innan de genomför ett köp.

Detaljhandelns största bransch, dagligvaruhandeln, var sist ut på nätet av alla branscher och har alltså den lägsta e-handelsandelen. År 2019 skedde endast två procent av försäljningen i dagligvaruhandeln på nätet. I fysiska butiker är dagligvaror den kategori som konsumenterna lägger den största delen av sina pengar på.

Under coronapandemin har e-handelstillväxten accelererat, inte minst för dagligvaruhandeln som nästan fördubblades på ett år.

OLIKA BRANSCHERS E-HANDELSANDEL



Källa: Postnord E-Barometern Q3 2020

Trender

Handeln blir allt mer koncentrerad till stora aktörer

HANDLARE SLÅS UT ELLER SLÅS SAMMAN

Sällanköpsvaruhandeln är en av de tuffaste branscherna att verka i. Ökad prispress har lett till att den lönsamhet som tidigare i högre grad kunde räknas hem med hjälp av marginaler nu snarare förutsätter höga omsättningshastigheter. Detta gör att många butiker antingen slås ut eller slås samman, så att de kvarvarande handlarna når en tillräcklig säljvolym för att nå en godtagbar lönsamhet. Coronakrisens hårda slag mot stora delar av sällanköpsvaruhandeln har ytterligare accelererat denna trend.

Stora bolag har även tillgång till kapital, kunskap och resurser som mindre företag saknar. Detta blir en allt viktigare konkurrensfördel i takt med att detaljhandelslandskapet digitaliseras och blir mer datadrivet.



Trender

Allt fler upplevelser i handeln

FRÅN HANDELSPLATS TILL MÖTESPLATS

E-handels stora utbud, låga priser och snabba leveranser har medfört en ökad konkurrens för den fysiska handeln. Köpcentrumen genomgår därför en resa där fler besöksanledningar läggs till erbjudandet. Från att ha varit renodlade handelsplatser utvecklas köpcentrumen till att också vara mötes- och upplevelseplatser med ett mångfacetterat utbud där vi kan uträtta ett stort antal ärenden, umgås och uppleva nya varor, tjänster och aktiviteter.

FLER BESÖKSANLEDNINGAR OCH UPPLEVELSER

Behovet av fysisk handel krymper sakta, och många köpcentrum har redan idag kommit en bra bit på väg när det gäller att skapa en handelsplats som är värd ett besök i sig.

Westfields rapport "How We Shop the Next Decade" visar att européer idag vill att 40 procent av handelsytan ska avsättas till upplevelser, och att konsumenterna väntar sig att handeln erbjuder ännu mer upplevelser i framtiden.

En upplevelse kan vara en välkomnande och tankeväckande miljö (gallerian Bikini i Berlin), ett stort sortiment med låga priser (Rusta), engagerad och inkännande personal (Apple), testanläggningar för

sportprodukter (Löplabbet) eller evenemang och workshops i butiker. Nätjätten Amazon öppnade under julhandeln 2019 en pop-up-butik där människor kunde baka kakor med hjälp av produkter från Amazon. Inget gick att köpa i butiken, men allt kunde enkelt beställas på plats via Amazons e-handel.

FYSISK HANDEL KAN STÄRKA SIN KONKURRENSKRAFT

Allt färre svenskar köper en produkt i fysisk butik som de smidigare och billigare kan köpa på nätet. Ju bättre köpcentrumen blir på att konkurrera med e-handeln desto större blir potentialen för fysisk butiksytan. Framöver blir det allt viktigare att kunna locka konsumenter från ett större geografiskt område, och då krävs ett centrum med fler besöksanledningar.



40%

av handelsytan bör avsättas till
upplevelser enligt europeiska
konsumenter

Källa: Westfield

Trender

Lågprishandeln tar marknadsandelar

STARK TILLVÄXT I LÅGPRISHANDELN

Antalet fysiska butiker har under flera år minskat i Sverige. Trenden gäller dock inte för lågprisbutikerna, som istället blir allt mer populära. Lågprishandlare som Dollarstore, Rusta och Lidl genomför nyetableringar runt om i landet.

Siffror från Svensk Handels rapport Läget i handeln 2020 visar att lågprishandeln har cirka tre gånger högre omsättning per butik än andra butiker. Dessutom omsatte lågprishandeln 109 miljarder kronor år 2018, vilket var mer än hela e-handeln. Lågprishandeln har generellt klarat sig bra under coronaåret, och lär växa även framöver.

+6,5%

Så mycket ökade
antalet
lågprisbutiker
mellan 2017 och
2018.

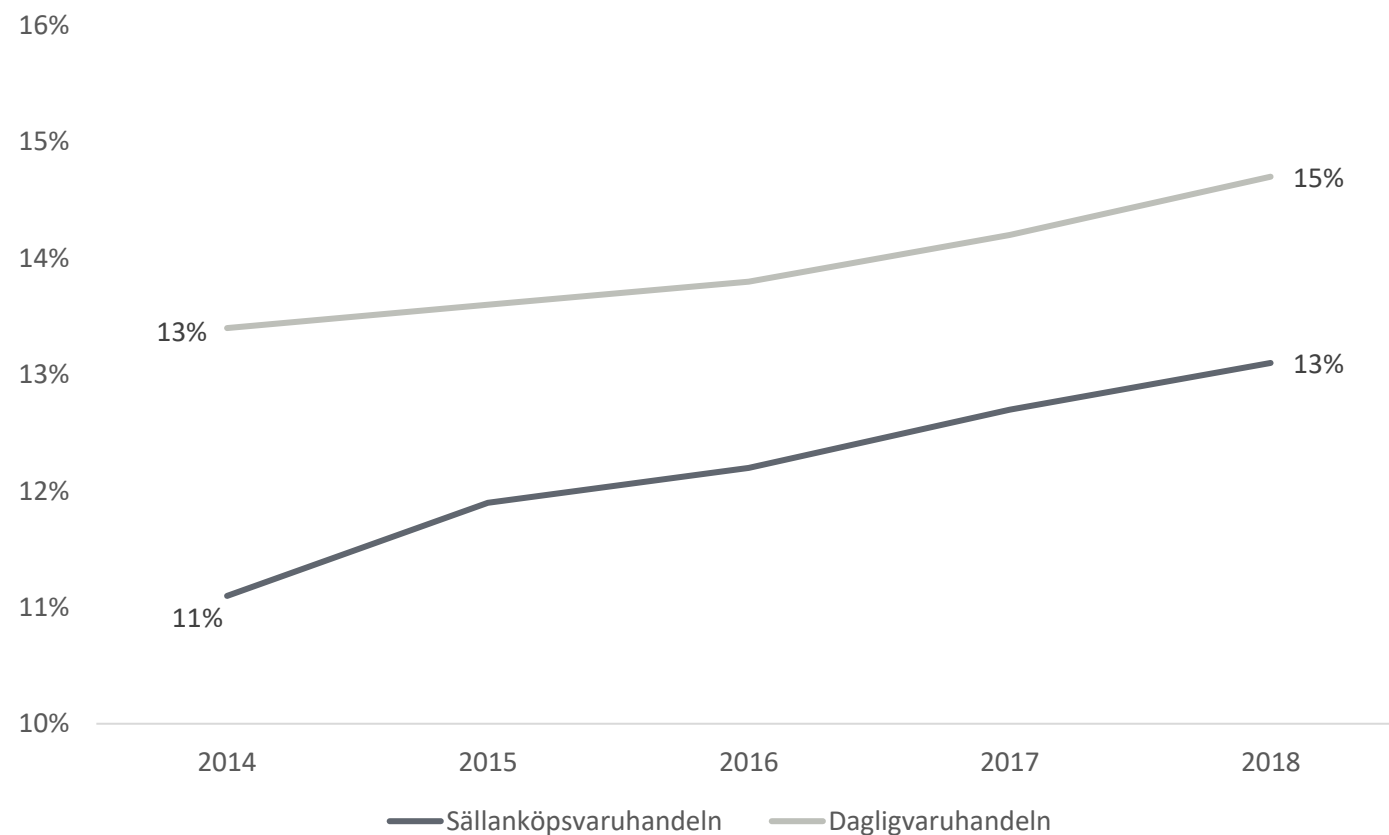
-6,8%

Så mycket minskade
antalet övriga
butiker mellan 2017
och 2018.

Källa: Butiksdatabasen, Handelsrådet och HUI samt Vem är vem, Market/ICA-nyheter

LÅGPRISHANDELN VÄXER INOM BÅDE DAGLIGVARUHANDELN OCH SÄLLANKÖPSVARUHANDELN

Lågprishandelns marknadsandel inom sällanköpsvaruhandeln respektive dagligvaruhandeln, 2014-2018.



Källa: AllaBolag, SCB Detaljhandelsindex

Trender

Värderingar blir allt viktigare för konsumenterna

VÄRDERINGAR LIKA VIKTIGA SOM VÄRDE

De svenska konsumenterna blir allt mer värderingsdrivna, och idag står värderingar lika högt i kurs som värde när det kommer till shopping. Konsumenterna söker sig allt mer till varumärken som matchar deras egna värderingar, och intresserar sig för företagens transparens, klimatpåverkan och politiska ställningstaganden.

Svensk Handels hållbarhetsundersökning 2019 visar att efterfrågan på socialt och miljömässigt hållbara produkter ökar stadigt i alla handelns delbranscher. Även handlarna har känt av den höga efterfrågan och jobbar hårt för att förändra branschen i en mer hållbar riktning genom att exempelvis minska utsläppen från transporter och använda återvunnet material i sina produkter.

Kunden har en tydlig förväntan om att företagens ord ska speglas i deras handlingar, och utan förtroende försvinner kunden snabbt. Under 2019 uppgav exempelvis en tredjedel av konsumenterna att de övergett varumärken som de tappat förtroendet för.

41 %

vill främst ha högt
värde för pengarna när
de handlar

40 %

vill främst ha produkter
och tjänster som
överensstämmer med
deras värderingar



Källa: Meet the 2020 consumers driving change (IBM/NRF)

Kontakt

Per Andersson

Senior detaljhandelsanalytiker

per.andersson@hui.se

070 – 320 09 14