

ANALYSENOTAT

Julehandlen 2016: hvem vandt, og hvem trak nitten?

▼ AF CHEFKONSULENT MALTHER MUNKØE

Nogle brancher fik en god julehandel i 2016, andre knap så god

Nogle brancher kom godt ud af julehandlen i 2016, mens andre fik en dårlig julehandel. Dansk Erhverv har sammenholdt omsætningen i juleperioden 2015 og 2016 på detaljeret detailhandelsbranche-niveau. Det viser, hvilke brancher der fik en god og en mindre god julehandel. De samlede resultater er gengivet i figurene nedenfor. I figur 1 er vist tal for december 2015 sammenlignet med december 2016, og i figur 2 vises november-december 2015 sammenholdt med de samme to måneder 2016. Der er set bort fra brancher, der ikke har julehandel (defineret ved at omsætningen i december er under 1/12 af årets samlede salg), fx cykelhandlere og lystbådeforhandlere. Tallene er rensede for inflationen i forbrugerpriserne fra 2015 til 2016.

Analysen ser på julesalget i detailhandlen 2016 i forhold til 2015

Julehandlen i december

I den ene ende af skalaen har især forhandlere af drikkevarer haft en god julemåned. Det tyder på, at dyr spiritus eller årgangsvin endte med at være et julegavehit i år.

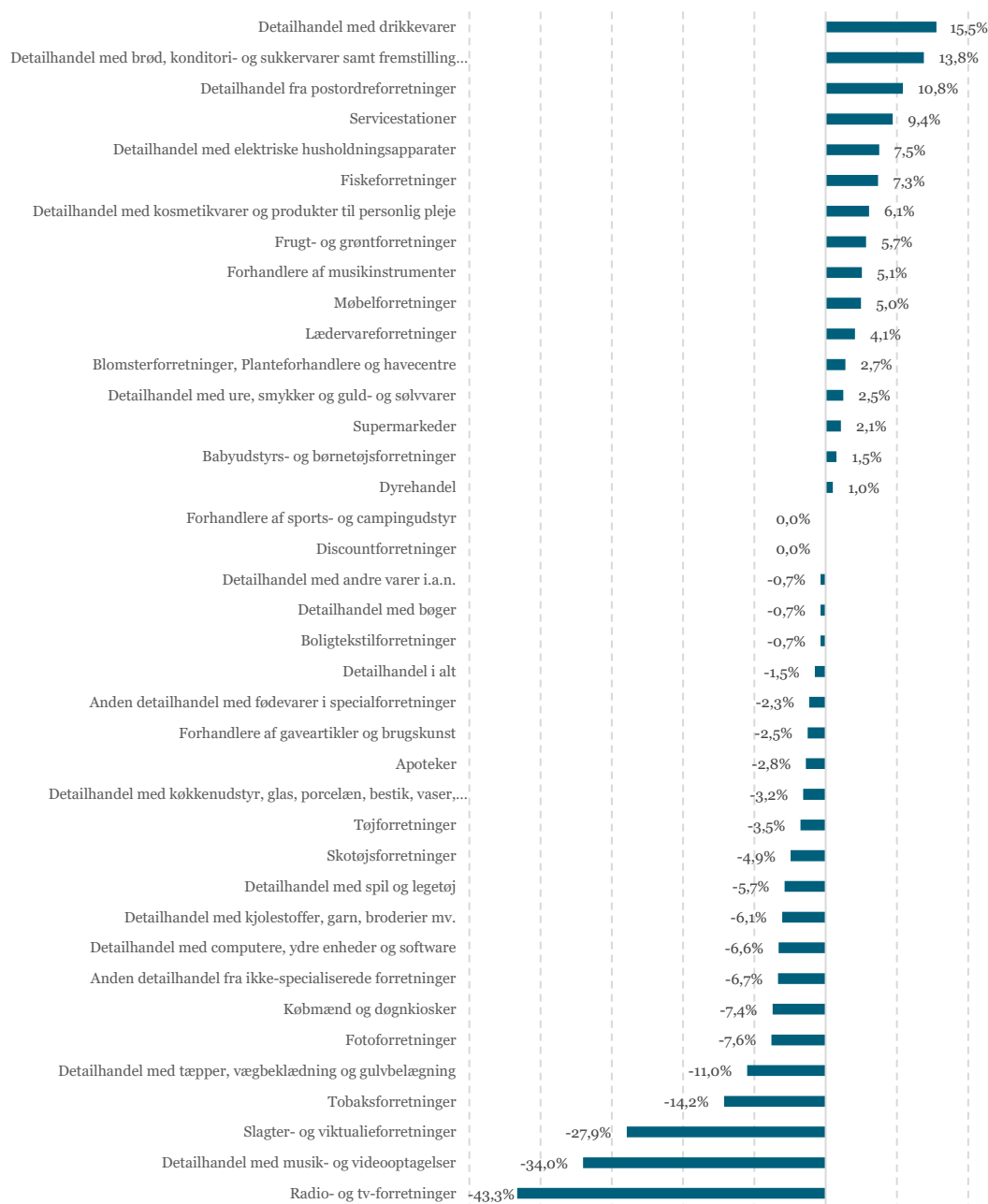
Analysen ser på julesalget i detailhandlen 2016 i forhold til 2015

I den anden ende af skalaen ser vi, at især musikforhandlere, slagtere og tobaksforhandlere har oplevet en nedgang i salget i forhold til julemåneden året før. Det er i hvert fald i det sidste tilfælde givetvis ikke alene udtryk for en dårlig julehandel, men for en mere generel trend igennem hele året, som bliver særligt tydelig i forbindelse med julesalget. Detailhandlen med spil og legetøj havde en halvdårlig jul, idet det inflationsrensede salg faldt knap 6 pct. Salget hos forhandlere af køkkenudstyr, glas, porcelæn mv. faldt lidt over 3 pct.

Omsætningen for branchekoden detailhandel fra postordreforretning er steget knap 11 pct. Dette afspejler internethandlens fremmarch. Dog skal man være opmærksom på, at Danmarks Statistiks brancheklassifikationer går lidt "på tværs" her, eftersom virksomheder godt kan have e-handel i et vist (men ikke meget stort) omfang uden at indgå, og de vigtigste e-handelsvirksomheder i dag har mange gange både fysisk salg og e-handel (virksomheder indgår i branchekoden hvis deres e-handelssalg udgør mere end en grænseværdi). Samtidig er realiteten i dag, at det at have e-handel i mange tilfælde er et valg på samme måde som man kan vælge om man vil reklamere og være til stede på sociale medier, i aviser, på tv, eller valget omkring hvilken kundesupportfunktion man vil tilbyde, fx chat eller mail, telefon mv. Det bliver derfor lidt kunstigt at tage fx en boghandler ud af boghandler-branchekoden så snart dens omsætning overstiger grænseværdien, da det fortsat er en boghandler, blot med en betydelig digital salgskanal. Med andre ord bør denne branchekode kun ses som vejledende, men det giver en nyttig indikation på, at e-handlens betydning i julehandlen er voksende, og den viste nedgang i nogle andre brancher skal også ses i dette lys¹

Figur 1

Ændring i detailhandelsomsætning fra december 2015 til december 2016 fordelt på brancher



Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af Danmarks Statistik

Anm: Renset for ændring i nettopriser/inflation. Der vises kun brancher, der har julehandel (dvs. salg i december udgør mere end 1/12 af årsomsætningen). Fona havde branchekoden radio- tv forhandlere mens Power og Elgiganten forhandlere af elektriske husholdningsapparater, så forskydningen afspejler Fonas konkurs

Den samlede juleperiode, november-december

De senere år er november i stigende grad blevet en julehandelsmåned. Udbredelsen af Black Friday-shoppedagen de seneste par år har illustreret denne bevægelse, som dog har været i gang i længere tid. Det kan derfor være relevant at se på december og november måned samlet, når man skal se på hvordan julehandlen har været i detailbrancherne. Den nedenstående figur viser således udviklingen i omsætningen, renset for inflation i nettoprisindekset, fra november- december 2015 til november-december 2016.

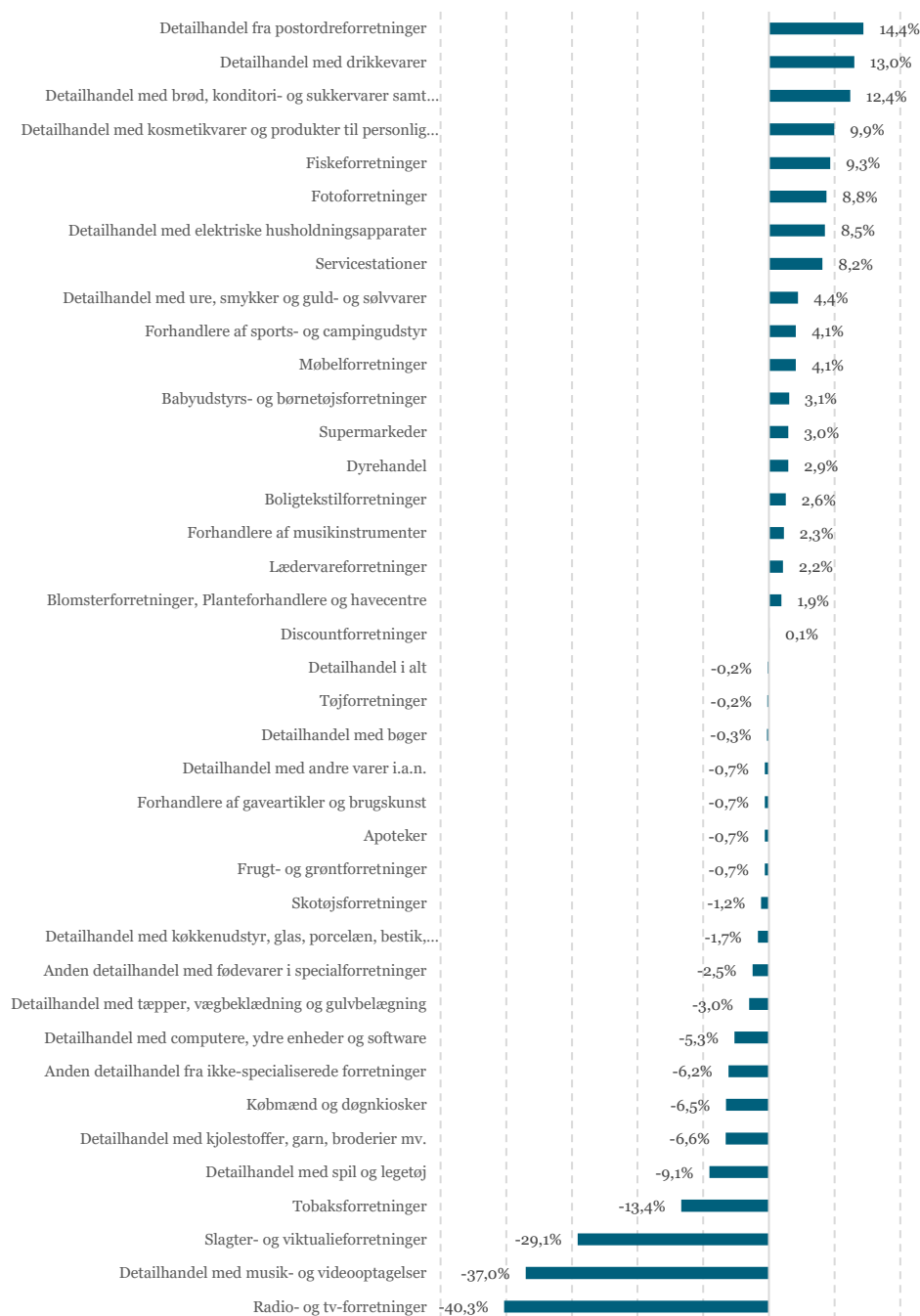
Igen er der væsentlige forskelle mellem detail-brancherne, idet billedet i det store og hele er det samme, som når man alene betragter december måned.

Radio/tv forhandlerne og forhandlere af video og musik er stadig de brancher, der har haft den dårligste juleperiode med en nedgang på op mod 4/10 af salget målt i forhold til julen 2015 (det afspejler dog givetvis Fonas konkurs, idet Fona hørte til under denne branche, mens de største konkurrenter er registrerede som detailhandel med elektriske husholdningsapparater), ligesom spil- og legetøjsforhandlerne har haft en dårlig juleperiode med en nedgang på ca. 9 pct. Derimod oplevede detailhandlen med kosmetik og med drikkevarer fremgang.

Igen ser vi – med de ovenstående forbehold for, at e-handel ikke bliver rigtig godt indfanget i den særlige branchekategorier – at detailhandlen med postordrer er vokset meget markant.

Blandt andet legetøjsforhandlingerne fik en sløj julehandel i 2016, mens detailhandlen med drikkevarer fik betydelig fremgang

Figur 2

Ændring i detailhandelsomsætning, nov./dec. 2015 i forhold til nov./dec. 2016 fordelt på brancher

Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af Danmarks Statistik

Anm: Renset for ændring i nettopriser/inflation. Der vises kun brancher, der har julehandel (dvs. salg i december udgør mere end 1/12 af årsomsætningen). Fona havde branchekoden radio- tv forhandlere mens Power og Elgiganten forhandlere af elektriske husholdningsapparater, så forskydningen afspejler Fonas konkurs

▼ OM DETTE NOTAT

"Julen 2016: hvem blev vinderne og hvem trak nitten?" er Dansk Erhvervs analysenotat nummer 14 i 2017. Redaktionen er afsluttet den 27. februar.

▼ OM DANSK ERHVERVS ANALYSENOTATER

Dansk Erhverv udarbejder løbende analyser, som samles i analysenotater. Ambitionen er at udgøre et kvalificeret og anvendeligt beslutningsgrundlag i forhold til væsentlige, aktuelle udfordringer på alle områder, som har betydning for dansk erhvervsliv og den samfundsøkonomiske udvikling. Det er tilladt at citere fra Dansk Erhvervs analysenotater med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

▼ KVALITETSSIKRING

Troværdigheden af tal og analyser fra Dansk Erhverv er afgørende. Dansk Erhverv gennemfører egne spørgeskemaundersøgelser i overensstemmelse med de internationalt anerkendte guidelines i ICC/ESOMAR, og alle analyser og beregninger gennemgår en kvalitetssikring.

▼ KONTAKT

Henvendelser angående analysen kan ske til chefkonsulent Malthe Munkøe på mmm@danskerhverv.dk eller tlf. 3374 6510.

Henvendelser angående dansk detailhandel og julehandel kan ske til markedsdirektør Henrik Hyltoft på hhy@danskerhverv.dk eller tlf. 3374 6217.

▼ NOTER

ⁱ Der er også mere generelt grund til at formode, at detailomsætningsindekset, som er lagt til grund, ikke fyldestgørende indfanger e-handlen. Se Danmarks Statistiks dokumentation, "Detailomsætningsindekset og dankortomsætningen" for en længere redegørelse. Derfor bør det præcise tal tages med forbehold, og formentlig ses som en klar underestimering. atur.