



# BRANSJETALL - HANDEL

NHOSH  
September 2020

## 1. Detaljomsetningsindeksen s 3- 6

SSBs detaljomsetningsindeks beskriver verdi- og volumutvikling per bransje i detaljhandelen. Bygger på tall fra et representativt utvalg på 1500 virksomheter i de ulike bransjene. I tillegg hentes det inn tall fra 14 600 butikker fra ulike kjedekontor. Månedlige tall som offentliggjøres i slutten av påfølgende måned.

## 2. Omsetning i varehandel s 7 - 9

SSBs omsetningstall for varehandel er basert på Skattedirektoratets oppgaveregister (momsregister) og er faktisk innmeldte omsetningstall fra alle virksomheter. Det publiseres tall for to måneder av gangen med ca fire måneders forsinkelse til publisering.

## 3. Konsumprisindeksen s 10 -12

SSBs prisindeks har som formål å måle den faktiske prisutviklingen for varer og tjenester etterspurt av private husholdninger. For å hente inn månedlige priser på varene og tjenestene brukes det et utvalg av virksomheter (ca 2000), husholdninger og kommuner. Det er definert et utvalg av varer og tjenester på rundt 650 representantvarer og -tjenester. Det publiseres månedlige tall, rundt den 10. påfølgende måned

## 4. Grensehandel s 13 - 15

Grensehandelsundersøkelsen er basert på et representativt utvalg av 2 000 norske personer i alderen 16 - 79 år. Undersøkelsen er en del av en mer generell undersøkelse knyttet til nordmenns reisevirksomhet. Kvartalsvise tall som publiseres med ca to måneders forsinkelse, omsetning og antall turer.

## 5. Nielsen kvartalstall for dagligvare s 16 – 18

Kvartalsrapport fra Nielsen bygger på data fra dagligvarekjedene og viser utvikling i totalmarked, varegrupper mm. Kvartalsvise tall som publiseres påfølgende uke .

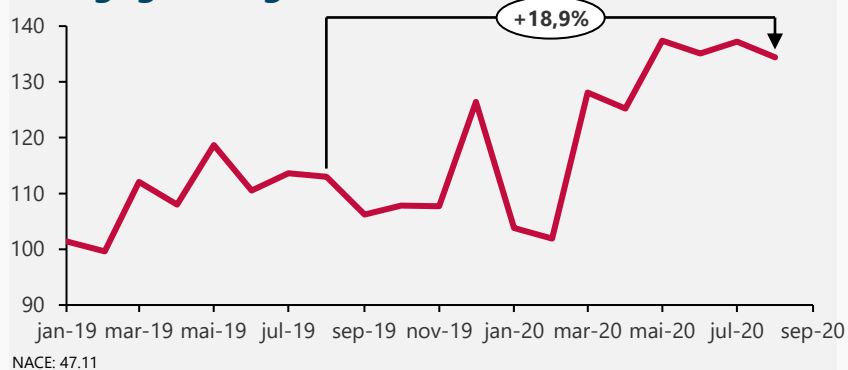
## Hovedpunkter detaljomsetningsindeks, verdi s. 4 - 6:

- De aller fleste bransjene opplever en vekst i verdi i august 20 mot tilsvarende måned i fjor (utvikling i prosent i grafene), selv om de fleste har lavere omsetning enn i juli
- Netthandel, dagligvare/ kiosk, bredt vareutvalg, samt spill og leker med høy vekst
- Svakere utvikling for bensinstasjoner, klesbransje og kosmetikk
- Totalt økte detaljhandelsindeksen med + 12,2 % i verdi aug 20 mot aug 19. Mot juli falt volum - 4,9 % og verdi - 3,3 %.
- Bransjenes/ varegruppens inndeling er gitt av NACE-koder og nivå SSB rapporterer på
- Målenheten (y-aksen) er indeksert verdi med 2015 som startår (=100).
- Se også sak her <https://www.nhosh.no/bransjer/handel2/statistikk/statistikk-nyheter/detaljhandel-faller-mot-sommerens-rekordnivaer--fremdeles-vekst-mot-fjoraret/>

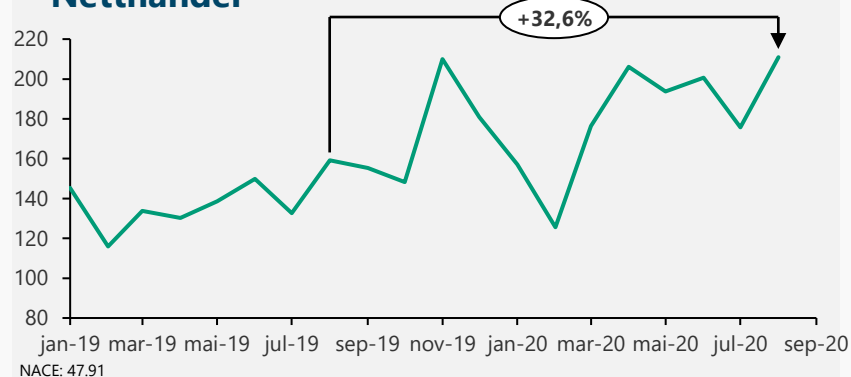
# Detaljomsætningsindeksen 1:3 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst. 2015=100)

## Per august 2020

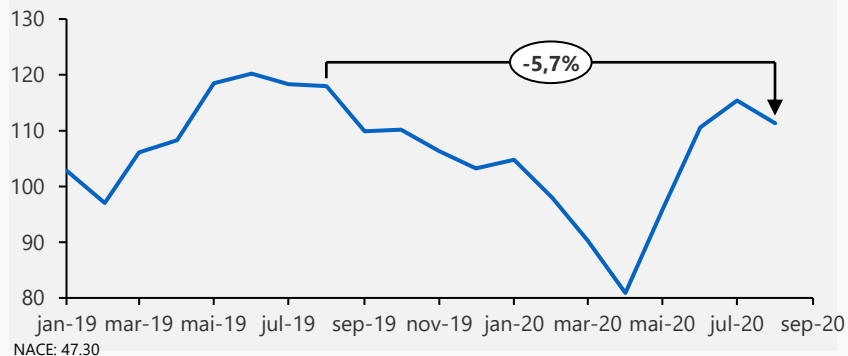
### Dagligvare og kiosk



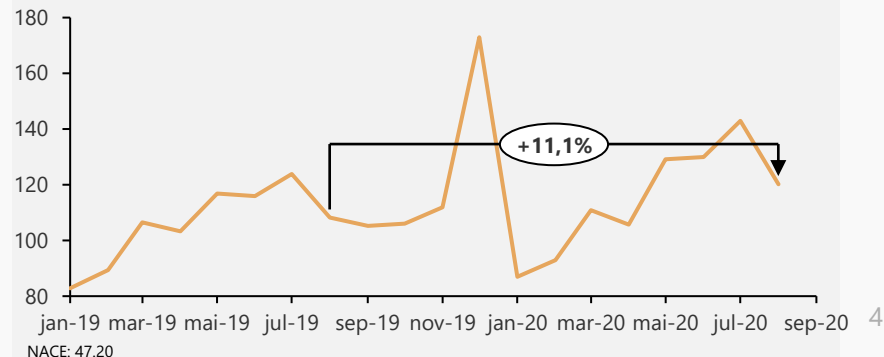
### Netthandel



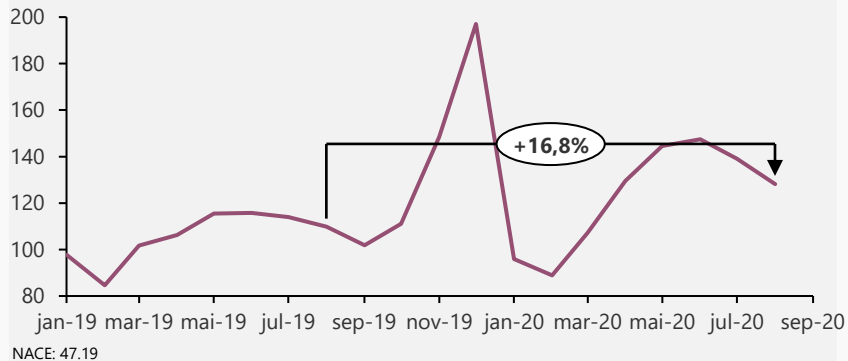
### Bensinstasjoner



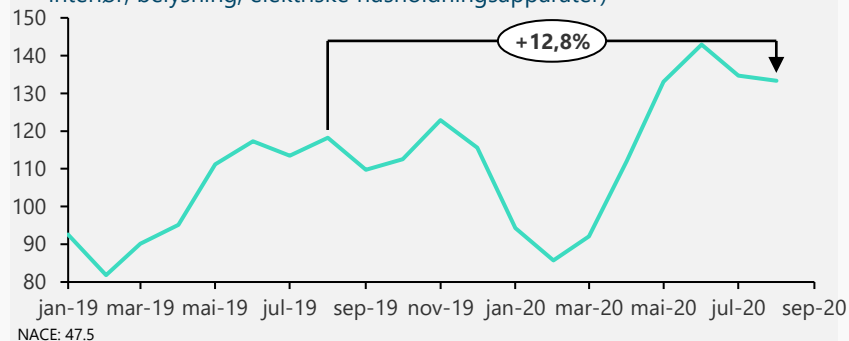
### Mat og drikke i spesialbutikker



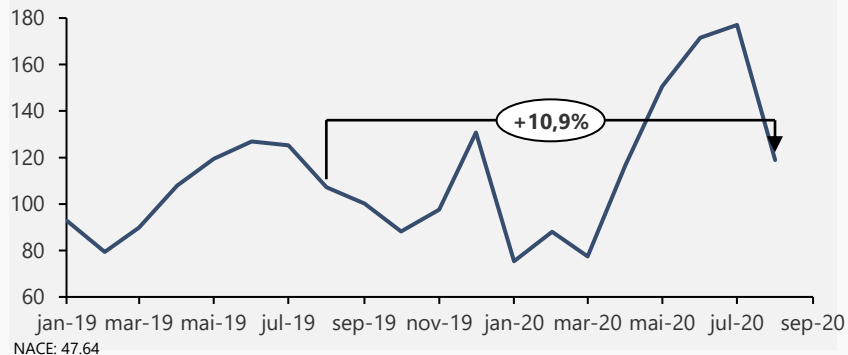
### Bredt vareutvalg



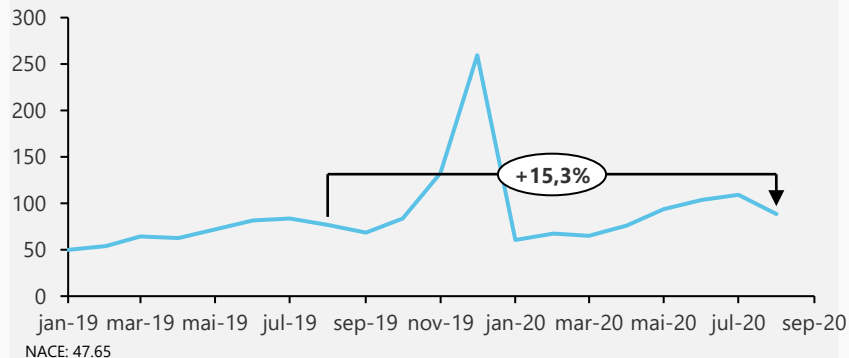
### Hus og hjem inn elektronikk

 (tekstil, jernvare, møbler, interiør, belysning, elektriske husholdningsapparater)

### Sport (inkl fritidsbåter)



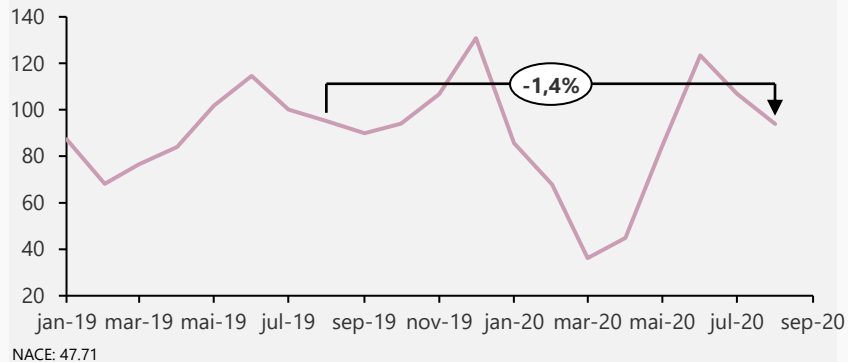
### Spill og leker



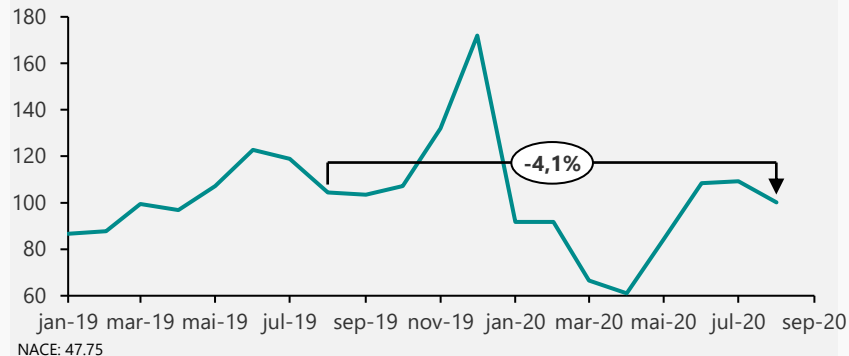
# Detaljomsætningsindeksen 3:3 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst. 2015=100)

## Per august 2020

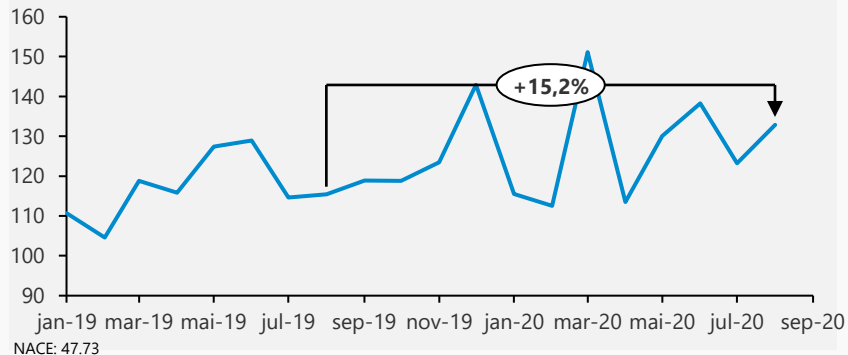
### Klær



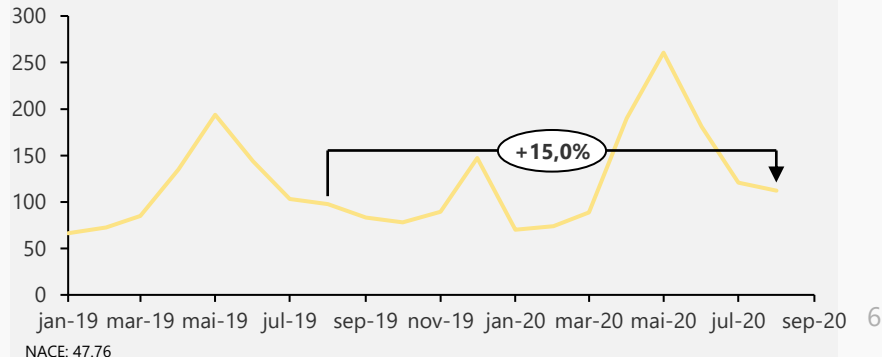
### Kosmetikk



### Apotek



### Blomster (og fôrvarer til kjæledyr)



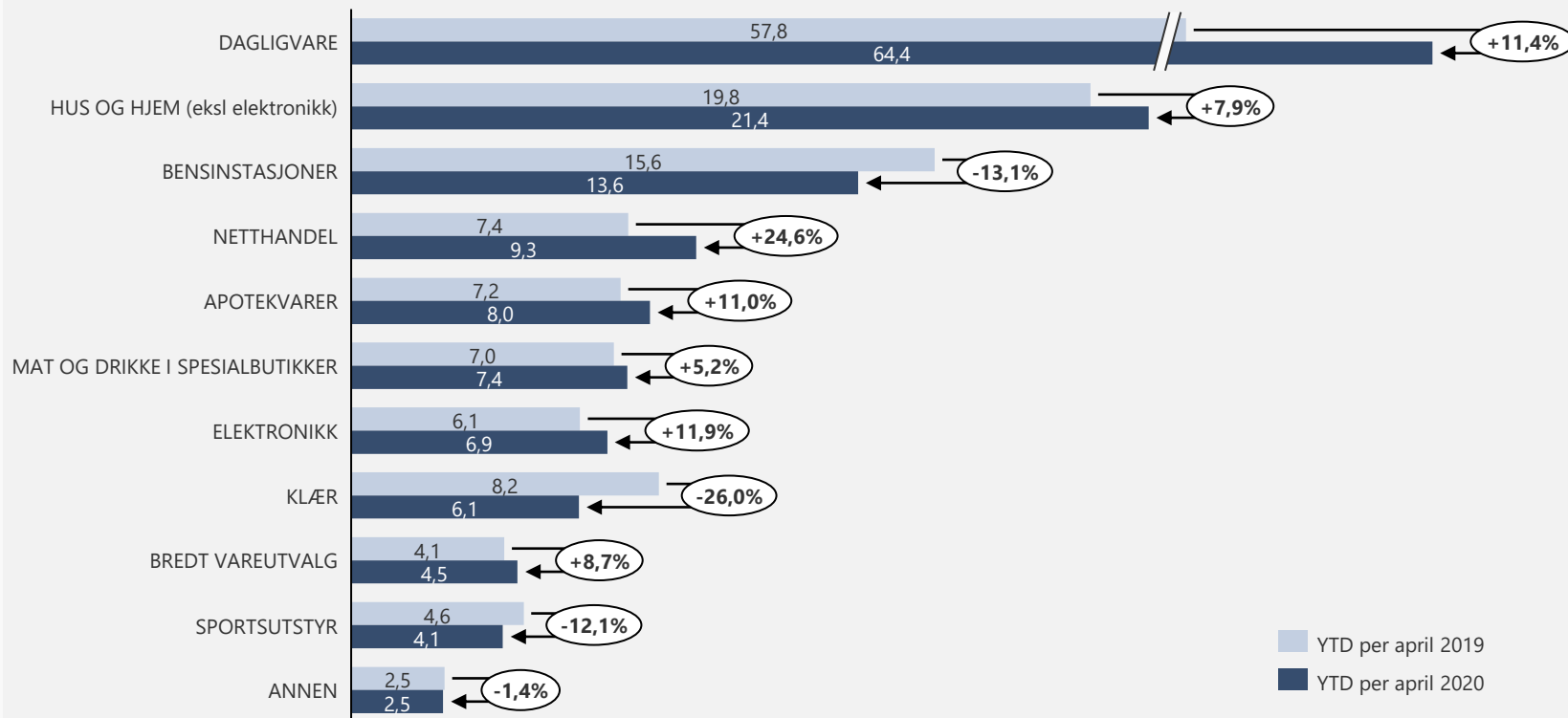
## Hovedpunkter omsetning i varehandel, verdi s. 8 - 9:

- Tallene per april viser stor forskjell i utvikling for bransjene, mye preget av koronakrisens første periode og restriksjonene det medførte. Sportsbransjen preget av dårlig vintersesong.
- Noen utvalgte bransjer:
  - Sterk vekst: Netthandel, dagligvare, blomster, apotekvarer, elektronikk
  - Svak utvikling: Kiosk, bensinstasjon, sport, klær, sko, optikk, gull, sølv, ur,
- Samlet vekst i varehandel i perioden YTD april 2020 var på + 4,4 prosent mot fjoråret
- Neste periode (YTD juni, tall kommer 23. oktober) vil nok vise sterkere vekst totalt og for flere av bransjene (ref det vi allerede ser i detaljomsetningsindeksen)

# Omsetning i varehandel 1:2 (verdi hittil i år per april, utvikling mot året før )

## Per april 2020 (oppdatert i september 2020)

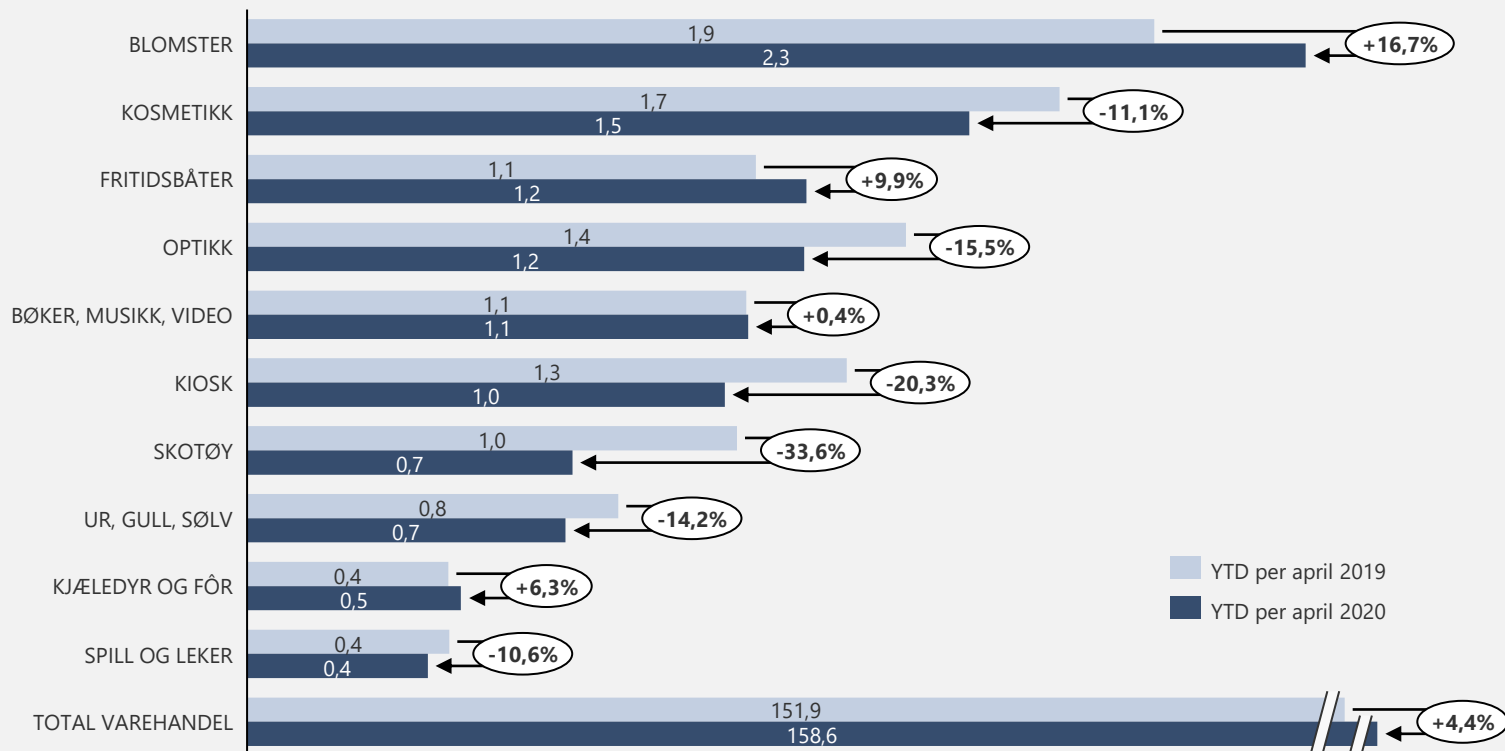
### MRD NOK, YTD april





## Omsetning i varehandel 2:2 (verdi hittil i år per april, utvikling mot året før ) Per april 2020 (oppdatert i september 2020)

### MRD NOK, YTD april



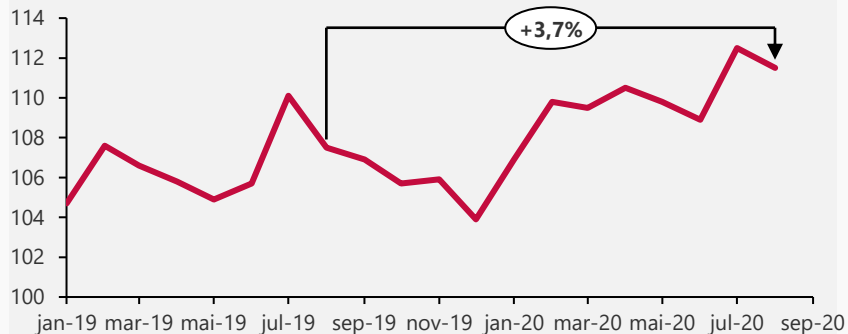
## Hovedpunkter konsumprisindeksen s. 11 - 12:

- Totalvekst for KPI i perioden (august 20 vs august 19) var +1,7 %
- Konsumprisindeksen totalt blir trukket ned av fallende strøm- og energipriser siste år
- Svekket krone fører til dyrere importvarer og bransjer med høy andel import vil dermed ha et økt behov for å øke prisene
- Møbler, husholdningsartikler, utstyr til spill, lek og hobby, har hatt sterk økning i prisene siste år
- Klær og sko, samt sport/ camping/ friluftsliv har hatt svakere prisutvikling, mulig grunnet svakere omsetning og mye salgsvare i flere av bransjene

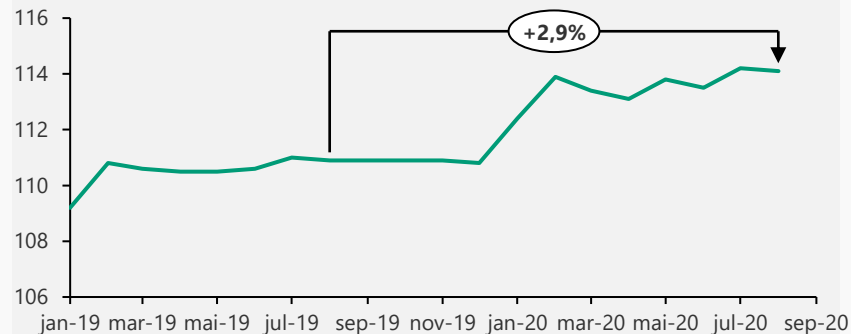
# Konsumprisindeksen 1:2 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst)

## Per august 2020

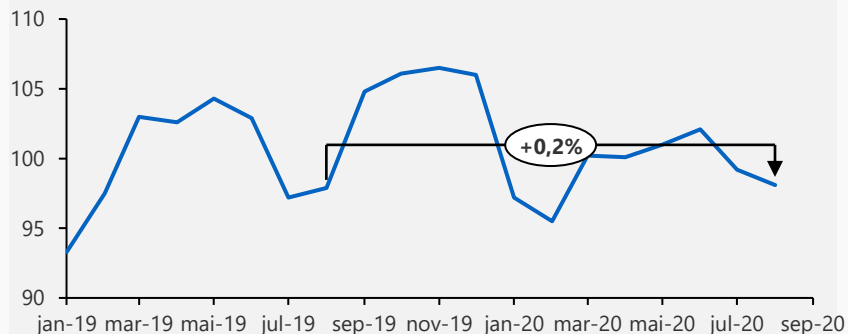
### Mat og alkoholfri drikke



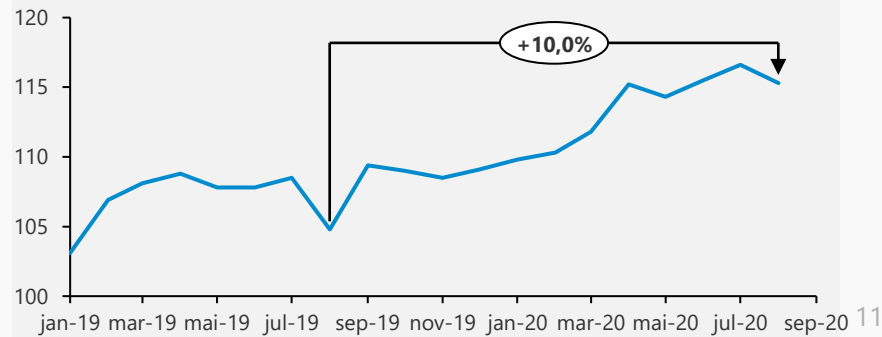
### Alkoholholdig drikke og tobakk



### Klær og sko



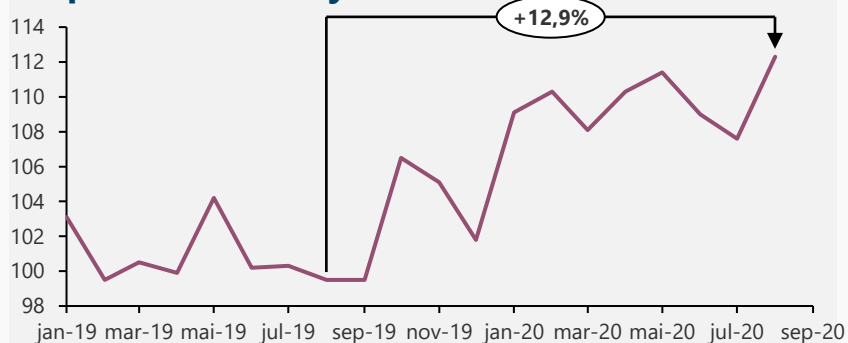
### Møbler, husholdningsartikler, innbo



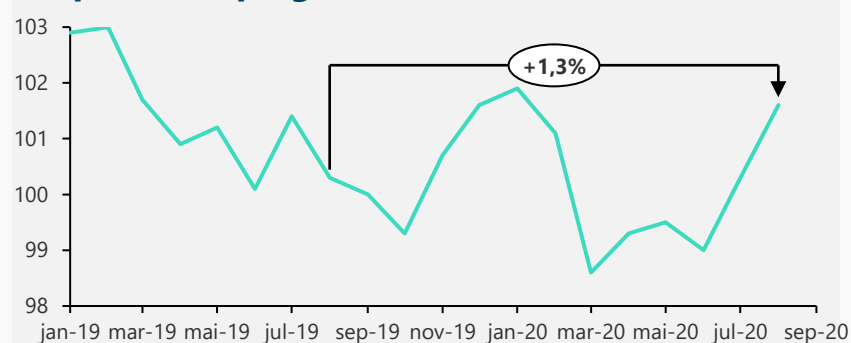
# Konsumprisindeksen 2:2 (indeks verdi per mnd 2019/20, årlig vekst)

## Per august 2020

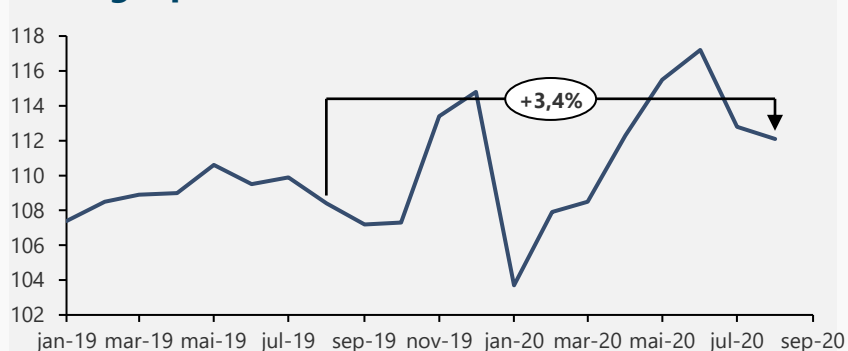
### Spill, leker, hobby



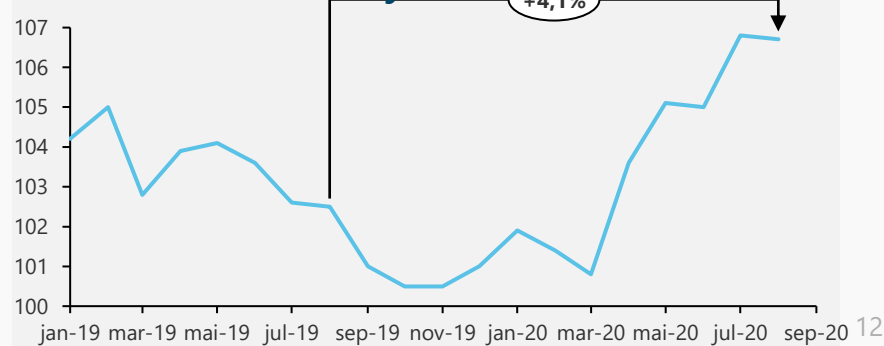
### Sport, camping, friluftsliv



### Hage, planter, blomster



### IT-, audio-, fotoutstyr

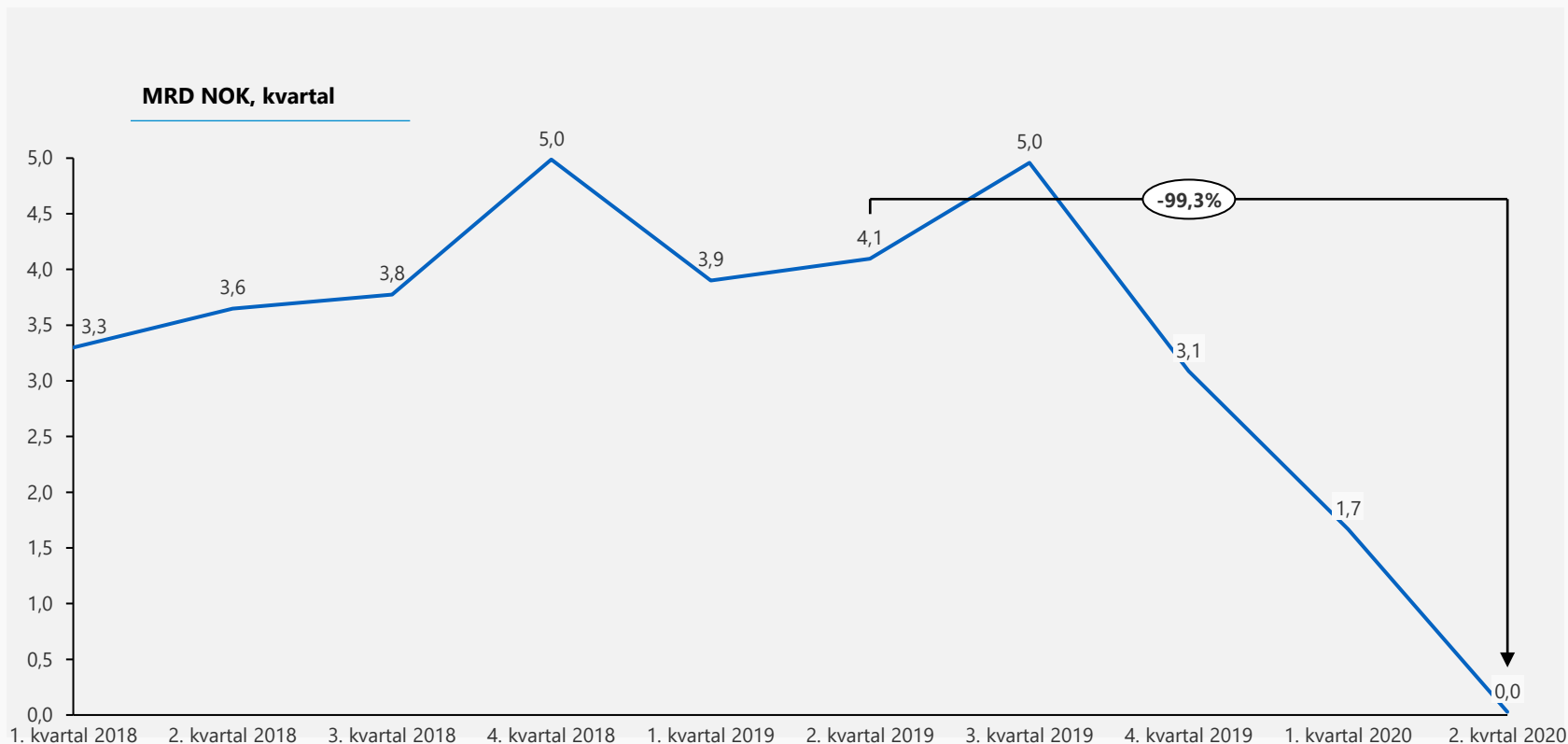


## Hovedpunkter grensehandelstall s. 14 - 15:

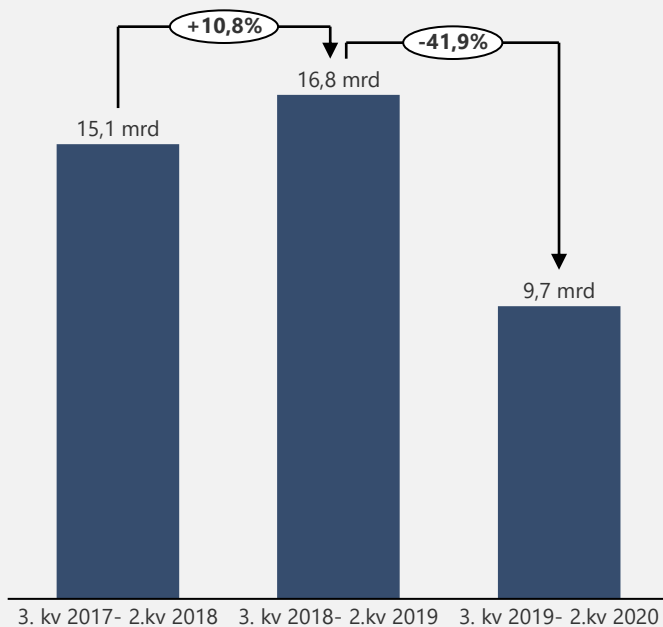
- Som følge av tilnærmet stengt grense mot Sverige, er grensehandelen nærmest ikke-eksisterende fra 2.kvartal 2020. Tallene fra 1. kvartal er også preget av koronakrise og reiserestriksjoner.
- SSB har selv uttrykt at det er noe usikkerhet knyttet til tallene som følge av at de er basert på en utvalgsundersøkelse. De oppfordrer derfor til å se på tall for hele år, da svingninger kvartal for kvartal i visse tilfeller fremstår som (for) høye.
- Frem til restriksjoner for reising til Sverige normaliseres, vil grensehandelsomsetningen være marginal

## Grensehandel 1:2

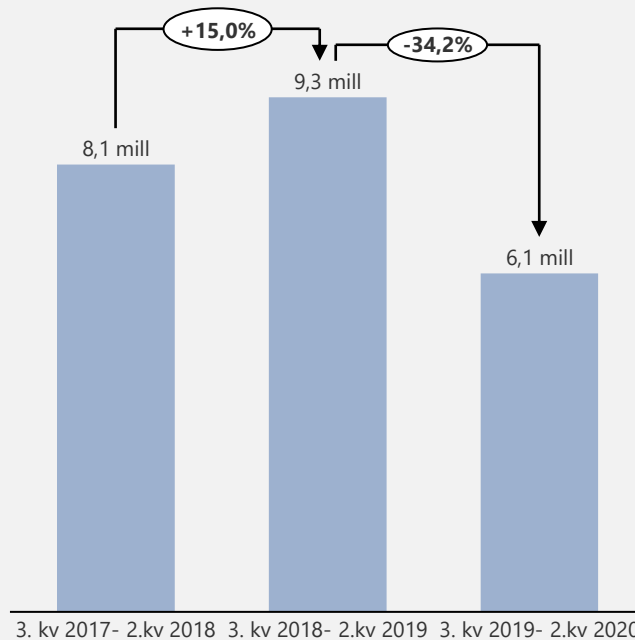
Per 2. kvartal (oppdatert i august 2020)



#### MRD NOK, rullerende år



#### Antall turer, rullerende år



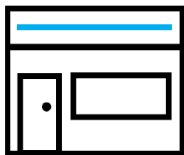
## Hovedpunkter Nielsen kvartalstall per 2. kvartal (s 17 – 18)

- Svært høy dagligvarevekst på + 13,9 prosent hittil i år mot fjoråret, med over 20 prosent vekst 2. kvartal isolert.
- Drikkevarer, tobakk og dypfryst mat er varegruppene som vokste mest i prosent
- Private Label (PL/ Egne Merkevarer/ EMV) vokste mer enn totalveksten i markedet og har per 2.kvartal en verdiandel på 18 prosent av markedet
- Lavpris har en verdiandel på 68,9 prosent av markedet
- 27 prosent av Norges befolkning sier de har handlet mat på nett oftere under koronaepidemien



# Nielsen kvartalstall – viktigste tall 1:2

Per 2. kvartal (oppdatert i juli 2020)



VEKST I DAGLIGVARE-  
MARKEDET YTD 2020

**+13,9%**

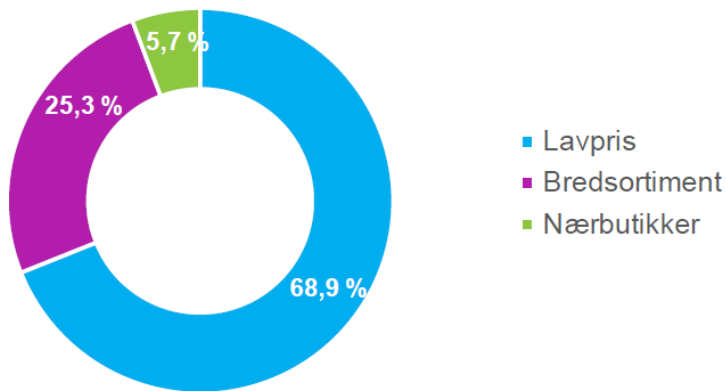
Organisk vekst + 12,7 %  
Vekst Q2 isolert: + 20,3 %

HOVEDVAREGRUPPE	VERDIANDEL	VERDIVEKST
TOTAL DVH	100 %	13,9 %
FERSK MAT	29 %	11,6 %
DRIKKEVARER	16 %	19,7 %
PAKKET MAT	15 %	14,6 %
KJØLEVARER OG OLJER	13 %	10,1 %
TOBAKK	8 %	30,9 %
DYPPFRYST MAT	7 %	17,6 %
SJOKOLADE OG SUKKERVARER	5 %	9,1 %
VASKE OG HUSHOLDNINGSPRODUKTER	3 %	6,9 %
HELSE OG SKJØNNHET	3 %	6,0 %
SPELALPRODUKTER	1 %	8,2 %
DYREMAT/DYREARTIKLER	0 %	1,3 %

LEVERANDØRER	VERDIANDEL	VERDIVEKST
TOTAL DVH	100 %	13,9%
TOPP 1-5	23 %	11,9%
TOPP 6-10	10 %	20,1%
TOPP 11-30	24 %	16,1%
TOPP 31-100	12 %	13,2%
100+	13 %	8,6%
PRIVATE LABEL	18 %	16,8%

## Nielsen kvartalstall – viktigste tall 2:2

Per 2. kvartal (oppdatert i juli 2020)



**27 % AV NORGES BEFOLKNING SIER DE HAR HANDLET MATVARER OFTERE PÅ NETT UNDER PANDEMIEN.**

### DAGLIGVARE- OG SERVERINGSMARKEDET

