

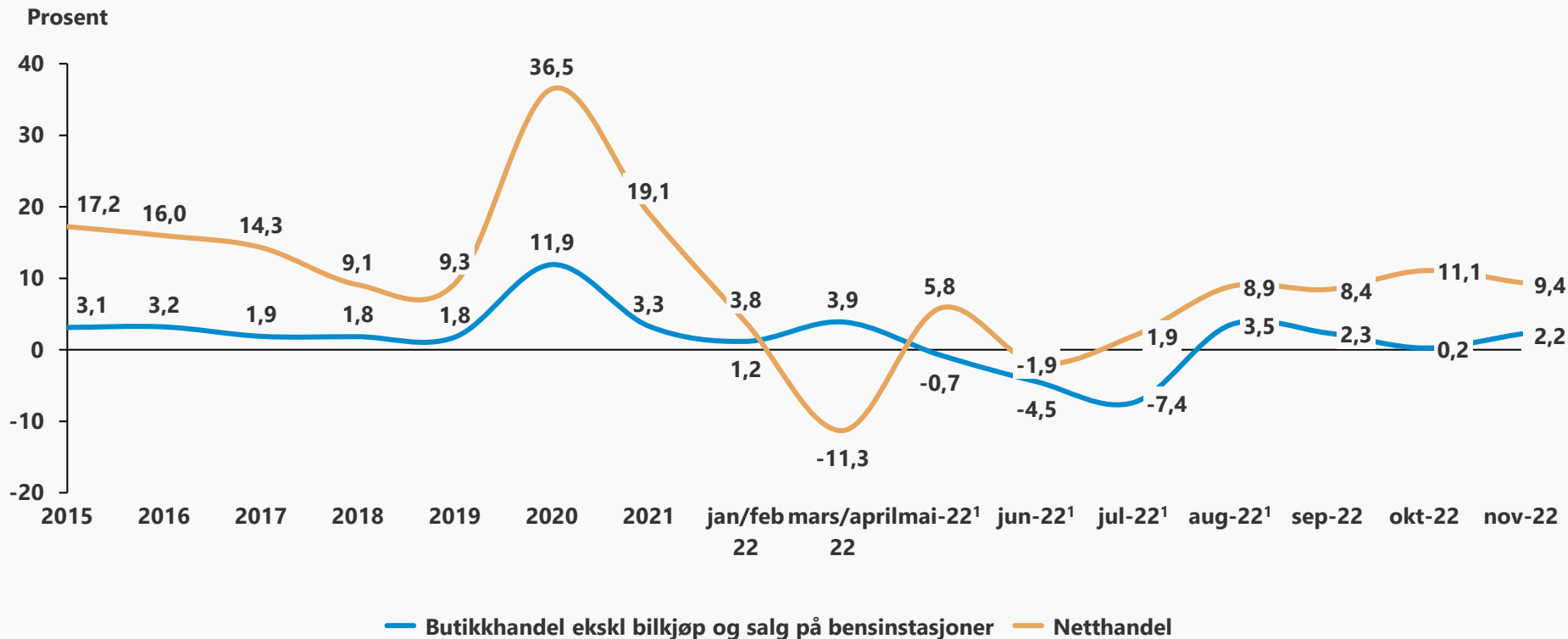
Varehandelen i november

Knut Erik Rekdal / ker@nhosh.no
28122022



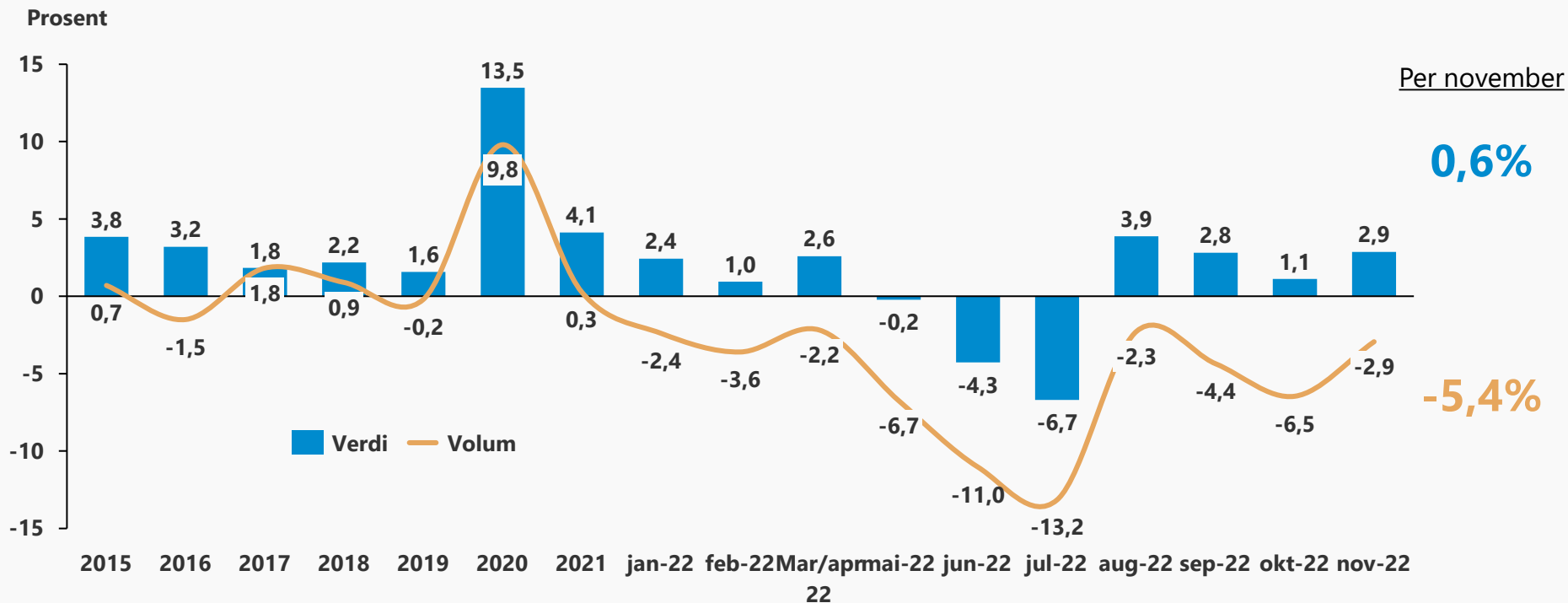
Både netthandel og butikkhandel økte i november

Vekstrate omsetning (verdi)



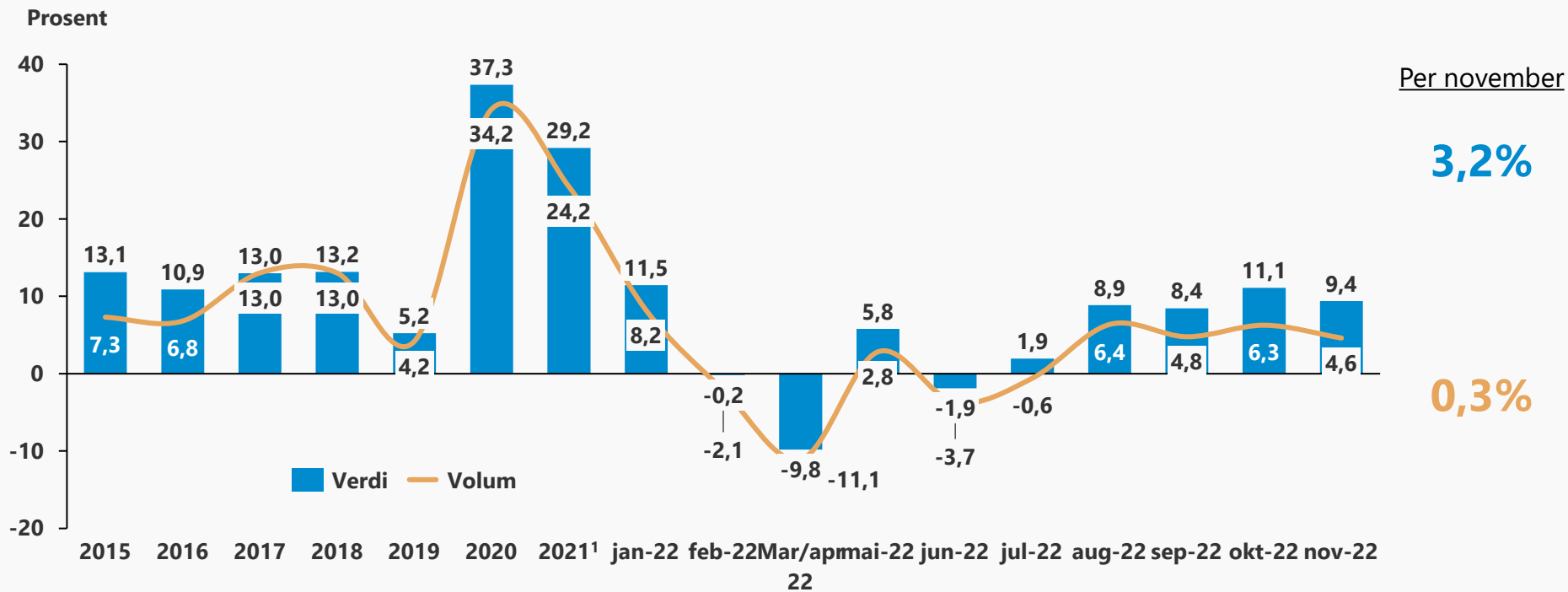
Volumet i varehandelen faller i alle månedene i 2022

Endring fra samme periode året før



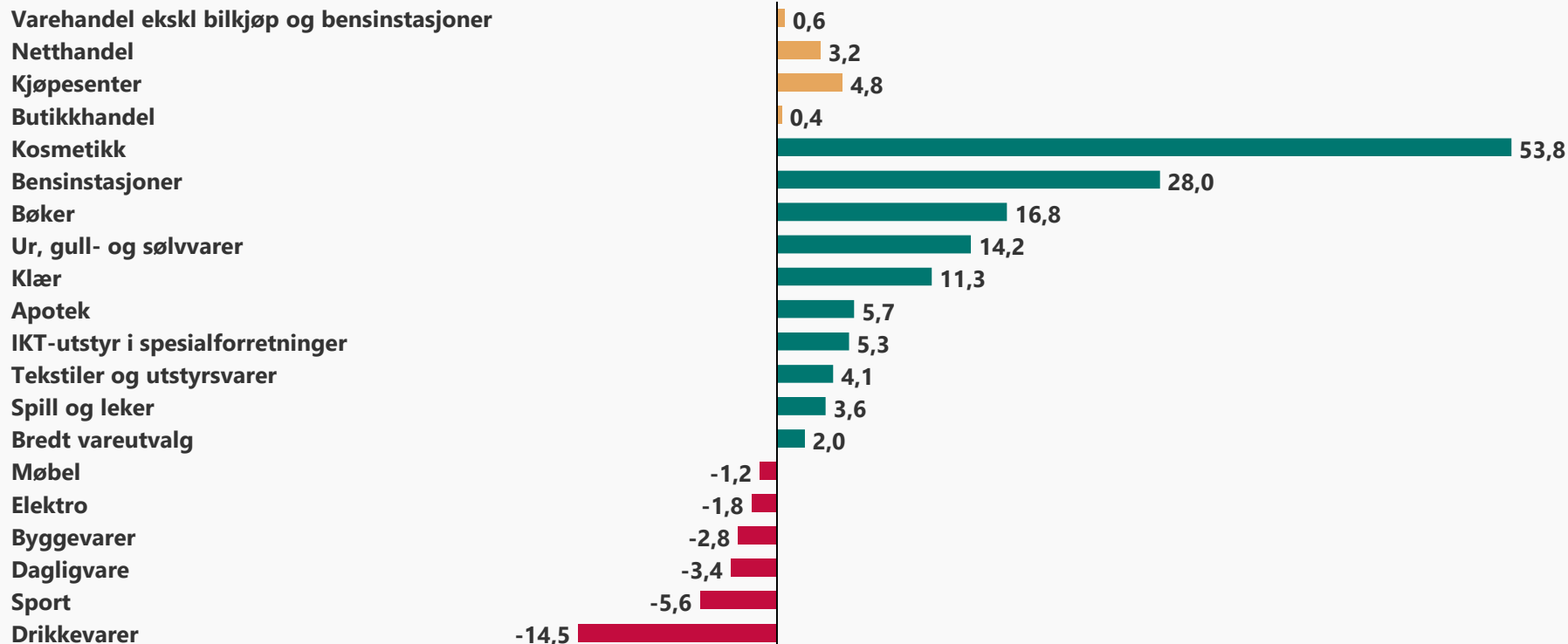
Volumet i norsk netthandel stabiliserer seg i 2022

Endring fra samme periode året før



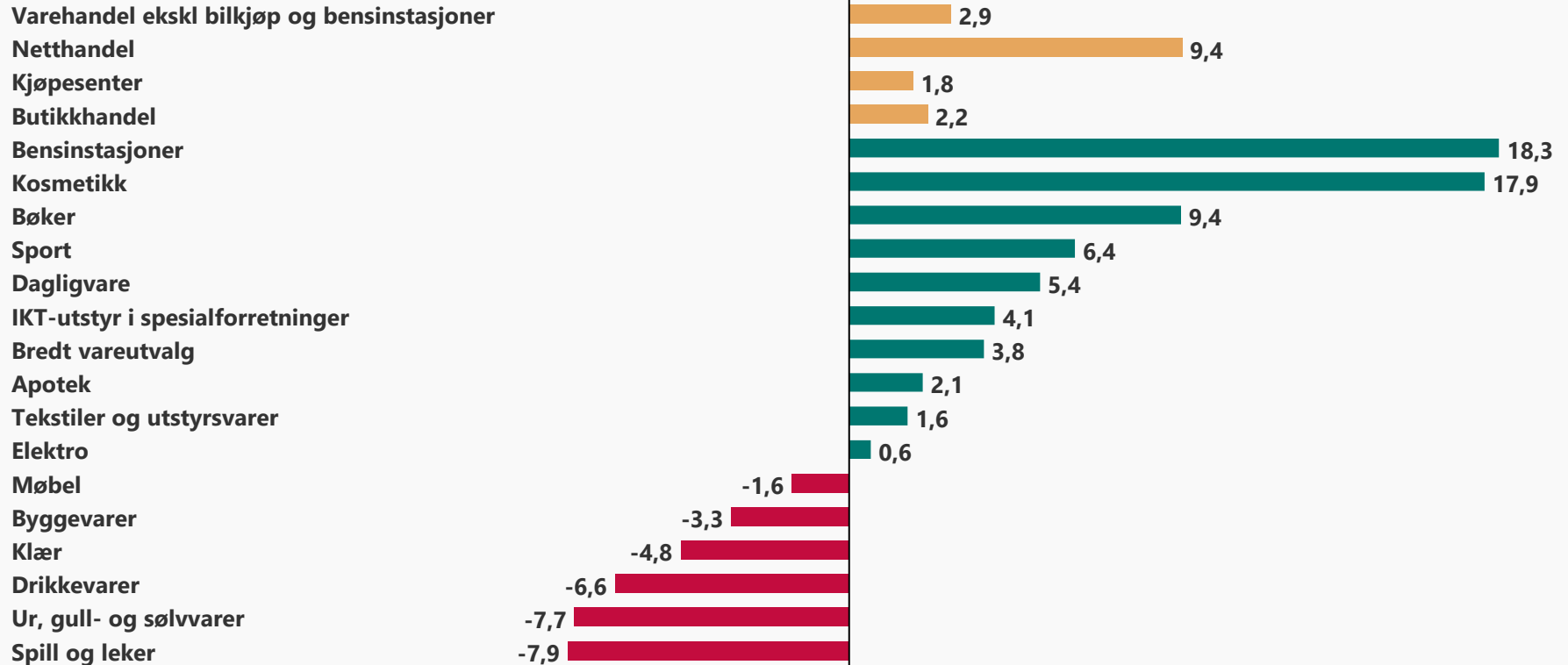
Omsetningen i varehandelen økte 0,6% per november

Vekst i verdi per november fra samme periode året før



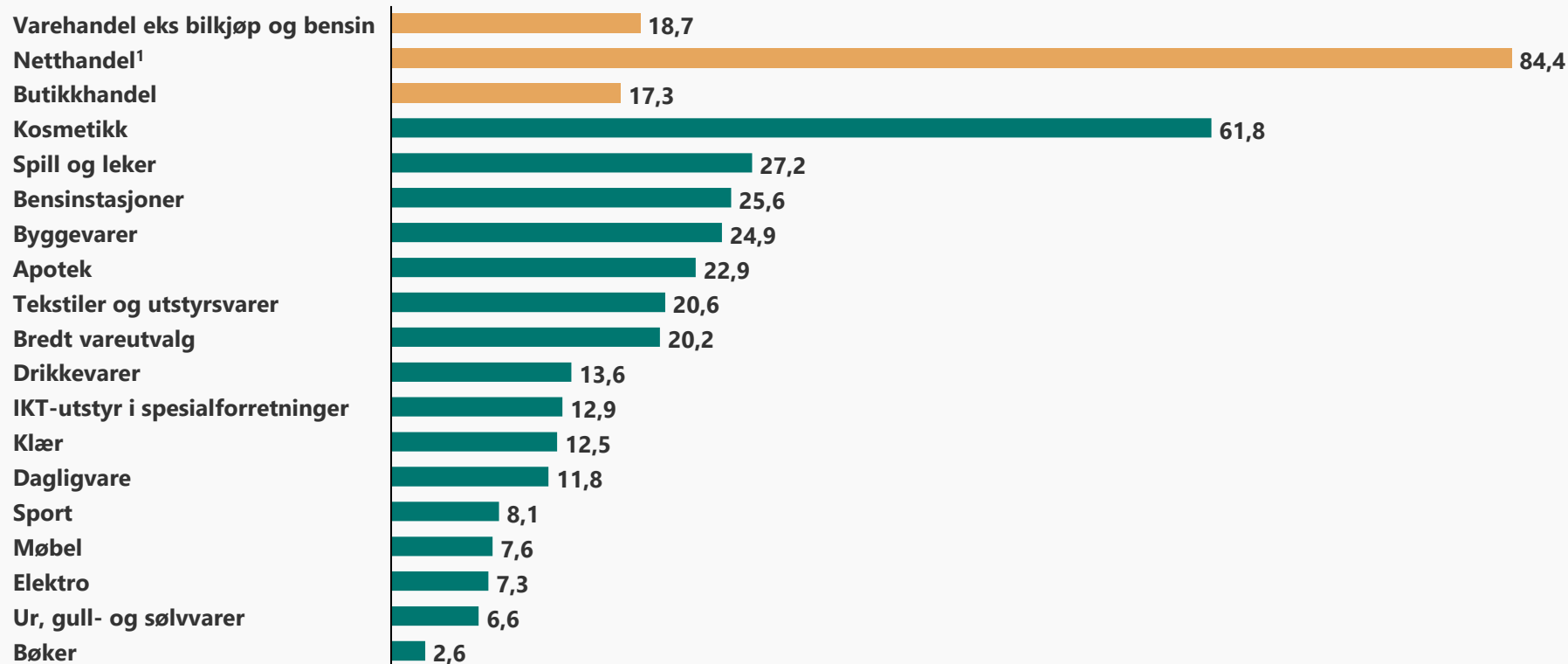
Omsetningen i varehandelen økte med 2,9% i november

Vekst i verdi november fra samme periode året før



Omsetningen i varehandelen per november ligger 18,7% over nivået i samme periode i 2019

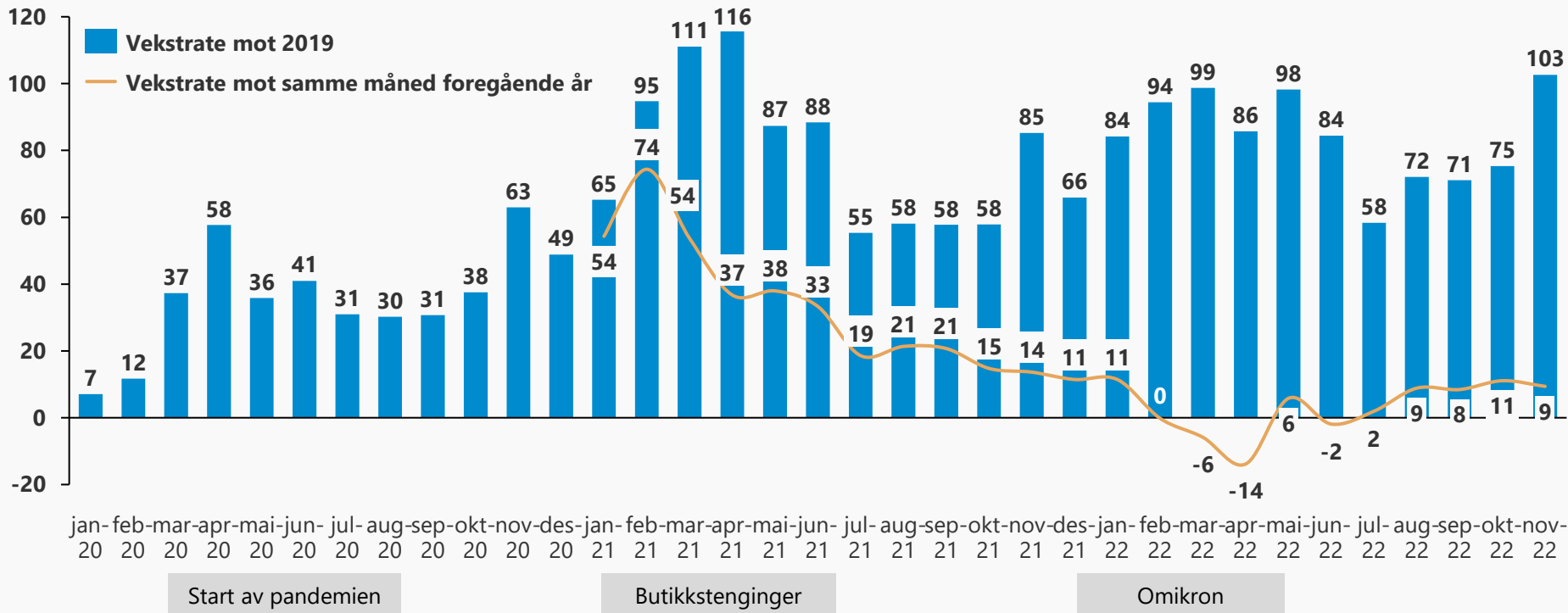
Vekst i verdi per november fra 2019



Veksten i netthandelen¹ svinger med smittetallene

Vekstrate mot samme måned i 2019 og fjoråret

Prosent



Varehandelen med en god vekst i verdi i november, men mange av pandemivinnerne har negativ vekst i 2022

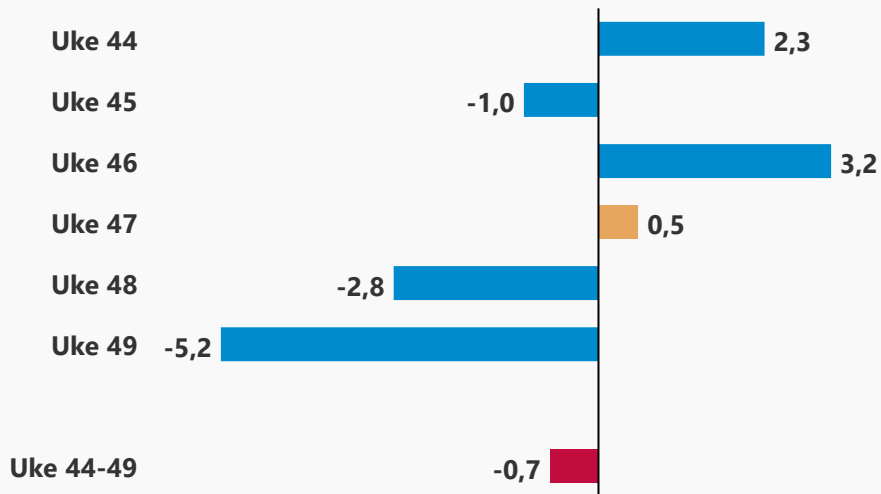
Utvikling i verdi	Vekst november 2022 mot 2021	Vekst november 2022 mot 2019	Vekst akk november 2022 mot 2021	Vekst akk november 2022 mot 2019
Varehandel ekskl bilkjøp og bensin	2,9 %	20,1 %	0,6 %	18,7 %
Netthandel	9,4 %	102,6 %	3,2 %	84,4 %
Bensinstasjoner	18,3 %	28,6 %	28,0 %	25,6 %
Kosmetikk	17,9 %	57,5 %	53,8 %	61,8 %
Bøker	9,4 %	2,1 %	16,8 %	2,6 %
Sport	6,4 %	11,9 %	-5,6 %	8,1 %
Dagligvare	5,4 %	11,7 %	-3,4 %	11,8 %
IKT-utstyr i spesialforretninger	4,1 %	10,4 %	5,3 %	12,9 %
Bredt vareutvalg	3,8 %	25,6 %	2,0 %	20,2 %
Apotek	2,1 %	27,6 %	5,7 %	22,9 %
Tekstiler og utstyrsvarer	1,6 %	13,5 %	4,1 %	20,6 %
Elektro	0,6 %	12,6 %	-1,8 %	7,3 %
Møbel	-1,6 %	7,1 %	-1,2 %	7,6 %
Byggevarer	-3,3 %	25,8 %	-2,8 %	24,9 %
Klær	-4,8 %	8,6 %	11,3 %	12,5 %
Drikkevarer	-6,6 %	4,4 %	-14,5 %	13,6 %
Ur, gull- og sølvvarer	-7,7 %	0,0 %	14,2 %	6,6 %

- Varehandelen økte med 2,9% i november sammenlignet med fjoråret. Per november ligger varehandelen 0,6% over fjoråret. Målt mot samme periode i 2019 ligger varehandelen 20,1% høyere i november og 18,7% høyere per november.
- Antall handledager i november er likt fjoråret.
- Volumveksten er betydelig svakere grunnet økte priser og volumveksten har vært negativ i alle månedene i 2022.
- Varehandelen målt i volum falt med 2,9% i november og 5,4% per november.
- Varehandelen preges av 2 faktorer som reduserer konsumet. Den første er vridningen tilbake mot tjenestekonsum etter pandemien og den andre er redusert kjøpekraft grunnet blant annet økt inflasjon og økte renter.
- Dagligvare har for tredje måned vekst i omsetningen i verdi drevet av sterk prisvekst på matvarer. Bredt vareutvalg er en bransje som profiterer på forbrukernes reduserte kjøpekraft og er en av pandemivinnerne som fortsatt har vekst.
- Sport har en god november –med positiv vekstrate etter å ha falt 6 måneder på rad.
- Pandemivinnere som drikkevarer, dagligvare, sport, elektro, møbel og byggevarer har negativ verdivekst per november.
- Netthandel stabiliserer seg med en omsetningsvekst på +/-10%

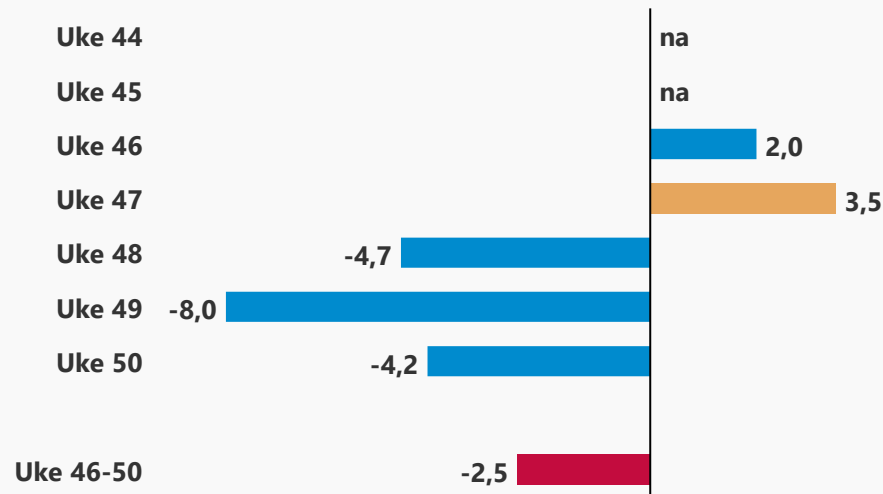
Omsetningstall per uke 50 tyder på et lite fall i årets julehandel sammenlignet med fjoråret

Utvikling julehandel per uke i verdi

DnB Transaksjoner varehandel
omsetningsvekst mot samme uke i 2021



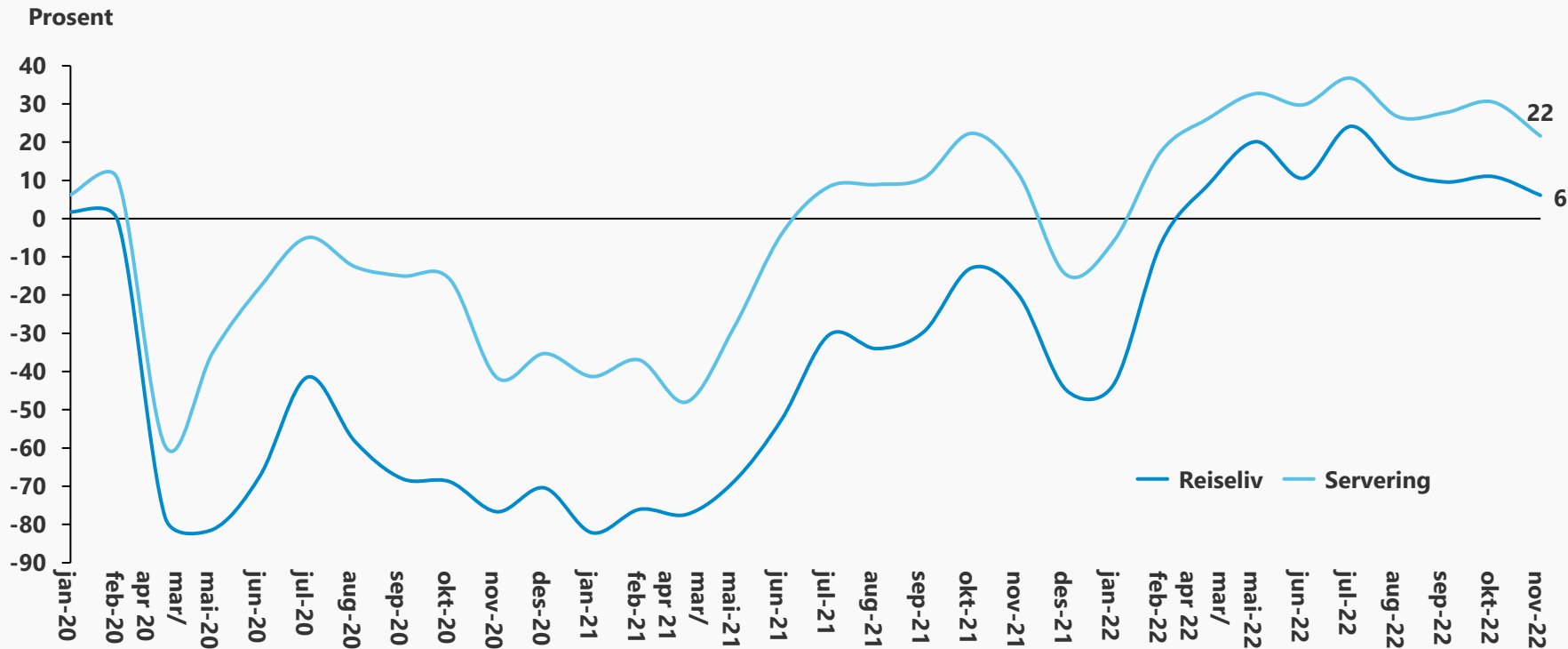
Kjøpesenter omsetningsvekst
mot samme uke i 2021



Black week

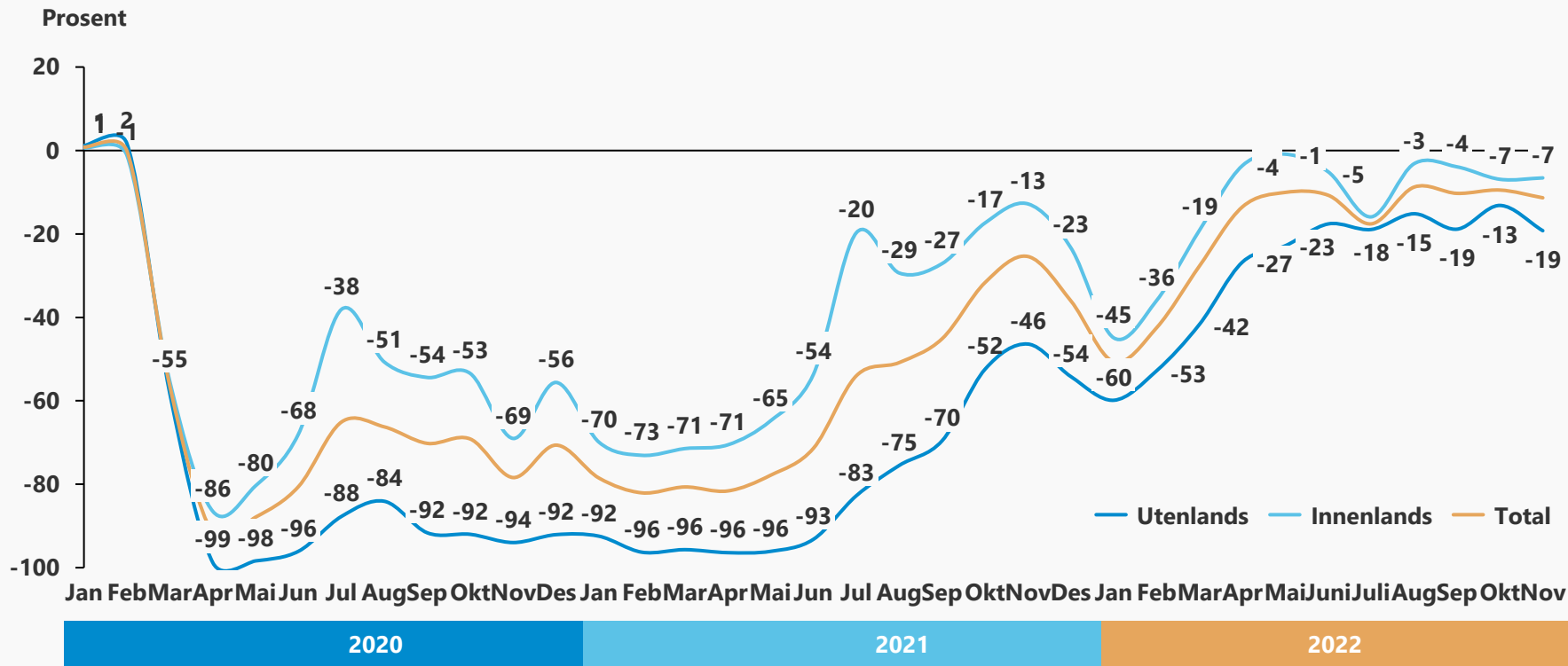
Etter å ha hentet seg inn etter pandemien faller vekstraten i forbruket innen reiseliv og servering

Endring fra samme måned i 2019



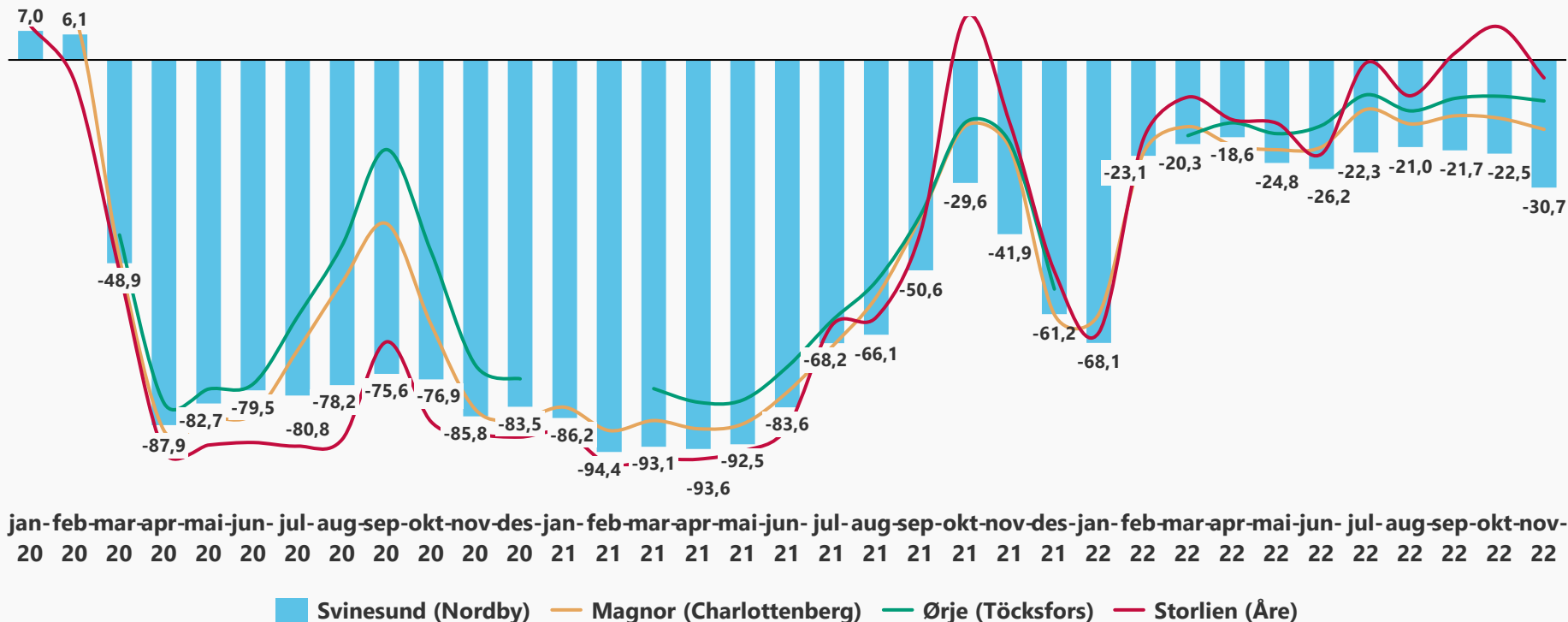
Flytrafikken er på vei tilbake, men er ikke over 2019

Endring i antall passasjerer målt mot 2019



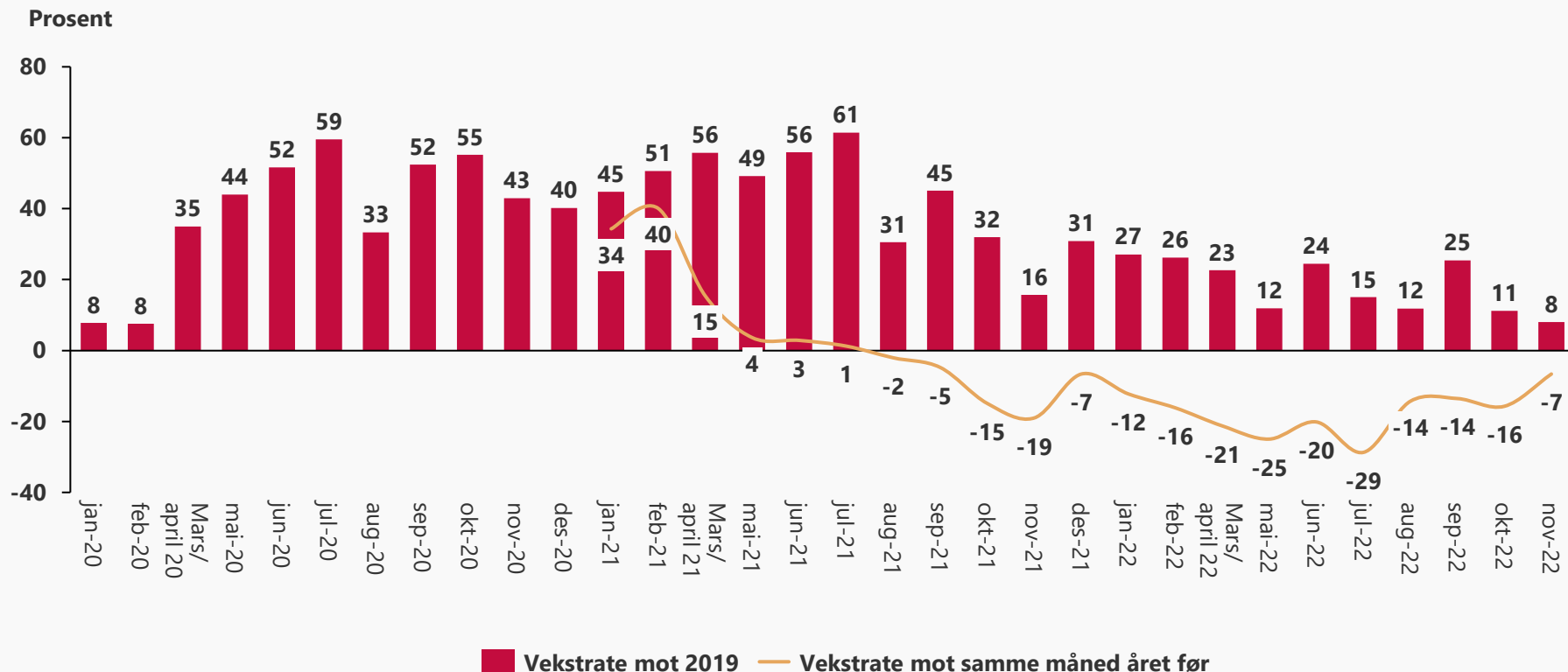
Trafikken mot de store grensehandelssentrene er fortsatt godt under 2019

Endring mot 2019 – Personbiler månedsdøgntrafikk (biler < 5,6 m)



Veksten i salget til Vinmonopolet faller tilbake når reiserestriksjonene fjernes

Vekstrate mot samme måned i 2019 og fjoråret i volum (liter)



Per 3 kvartal 2022 ligger kollektivtransporten 4% under normalen

Vekst i % mot samme kvartal i 2019 (antall passasjerer)

