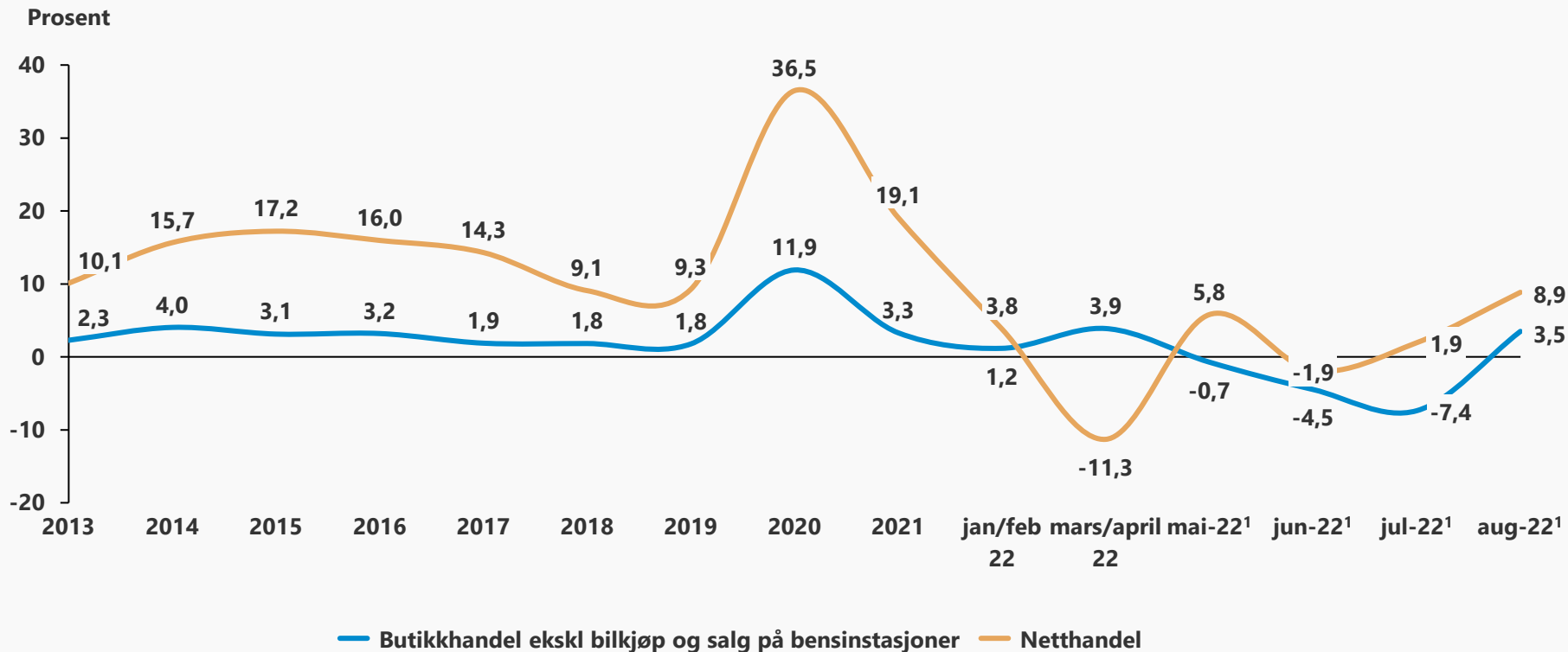


Varehandelen i august

Knut Erik Rekdal / ker@nhosh.no
30092022

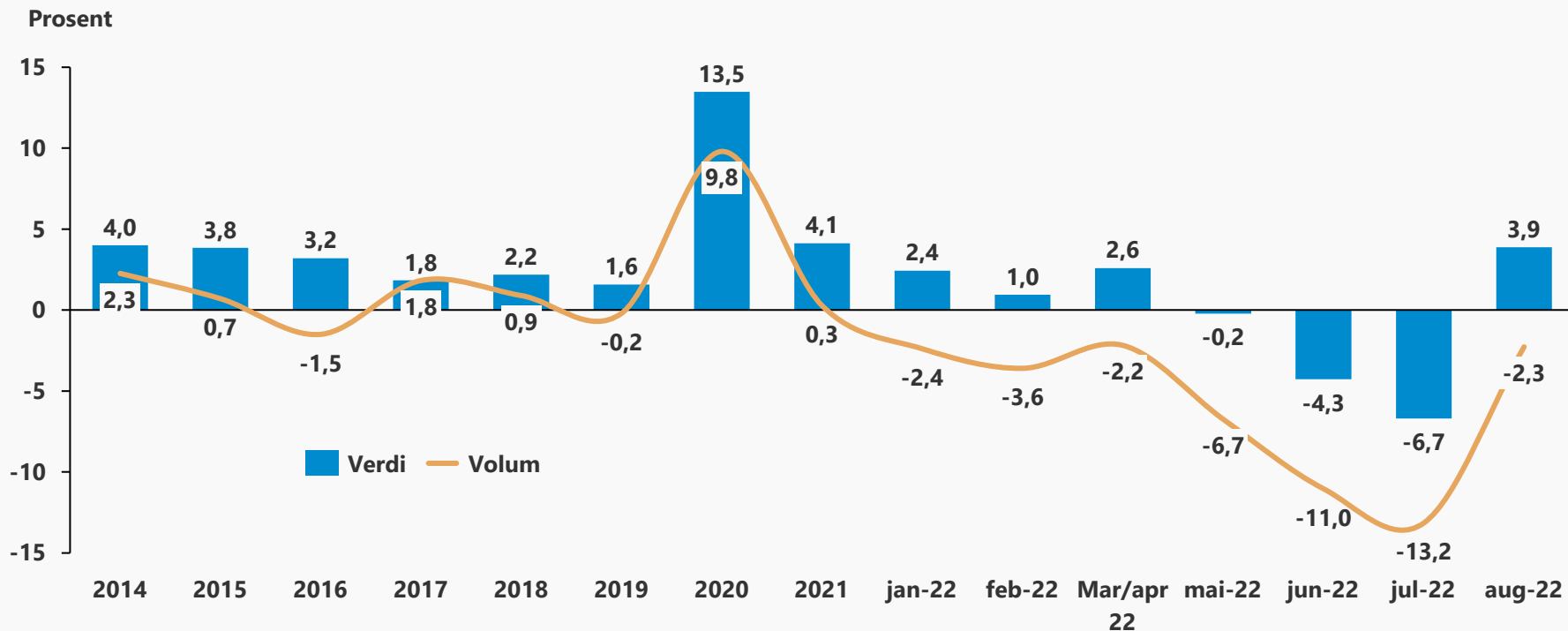


Både netthandel og butikkhandel økte i august 2022 drevet av en ekstra handledag i 2022 mot fjoråret



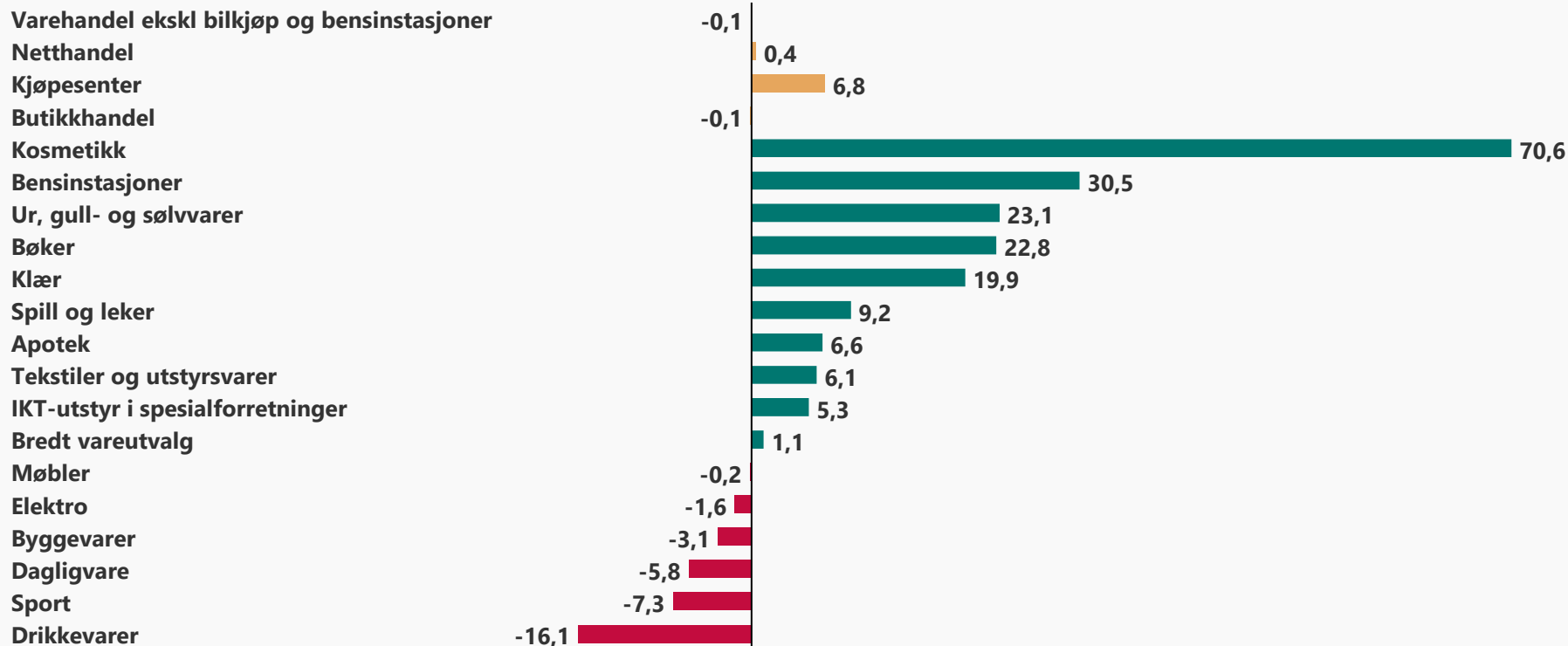
Volumet i varehandelen faller i alle månedene i 2022

Endring fra samme periode året før



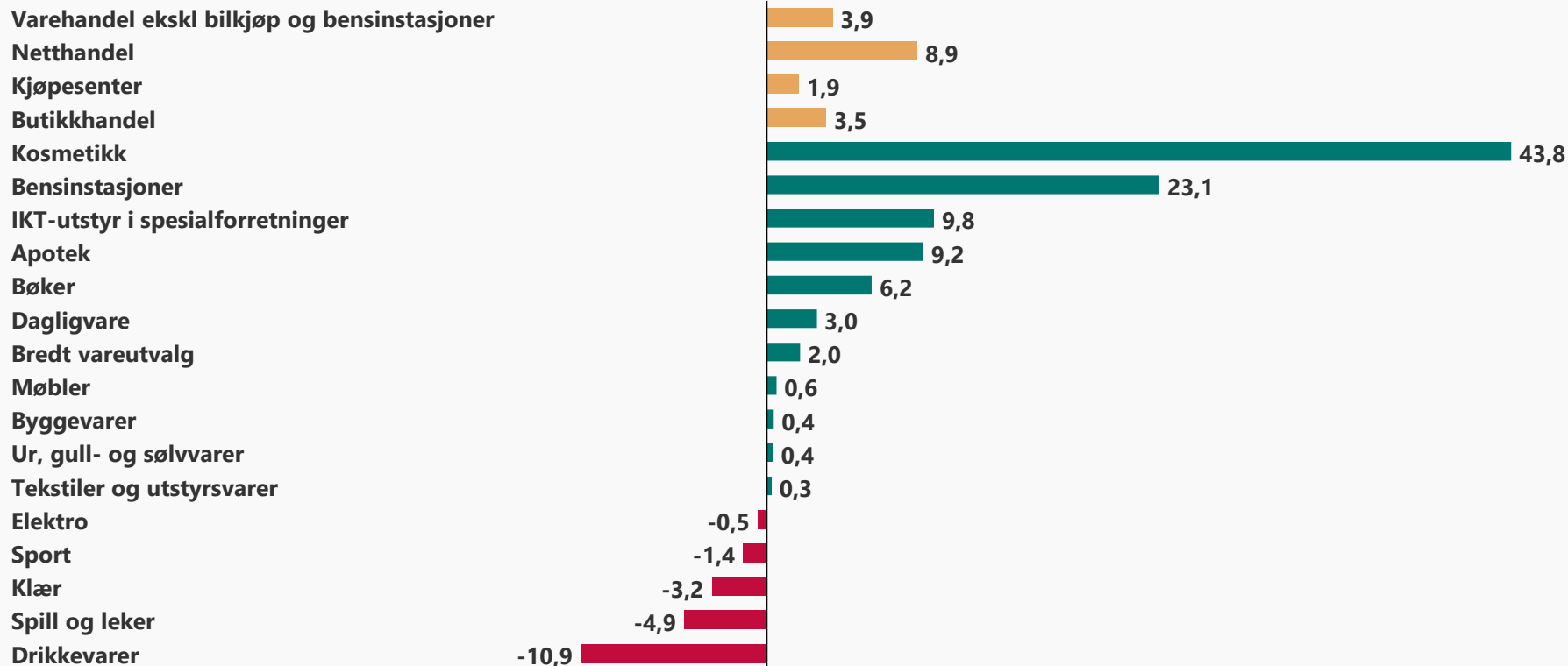
Omsetningen i varehandelen falt 0,1% per august 2022

Vekst i verdi per august fra samme periode året før



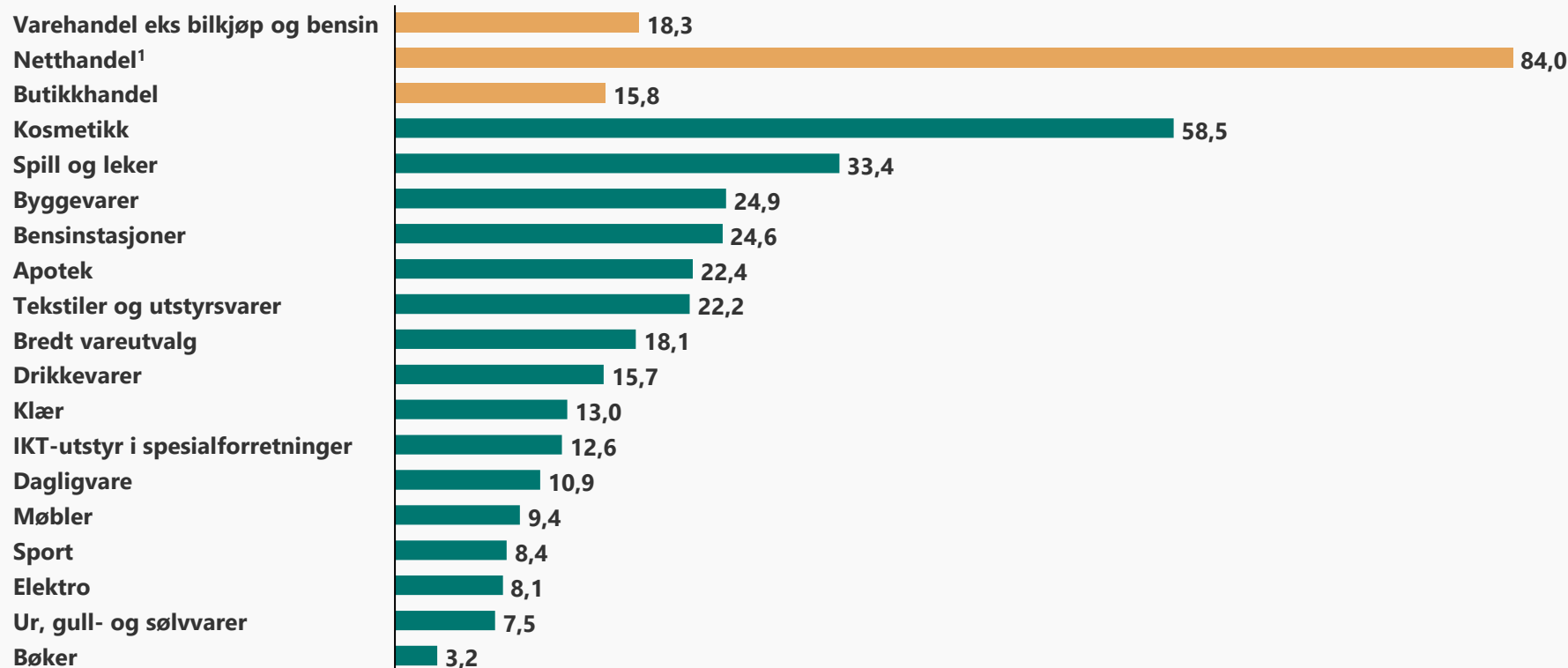
Omsetningen i varehandel økte med 3,9% i august (justert for 1 handledag ekstra i år var veksten 0,9%)

Vekst i verdi august fra samme periode året før



Omsetningen i varehandelen per august ligger 18,3% over nivået i samme periode i 2019 (før pandemien)

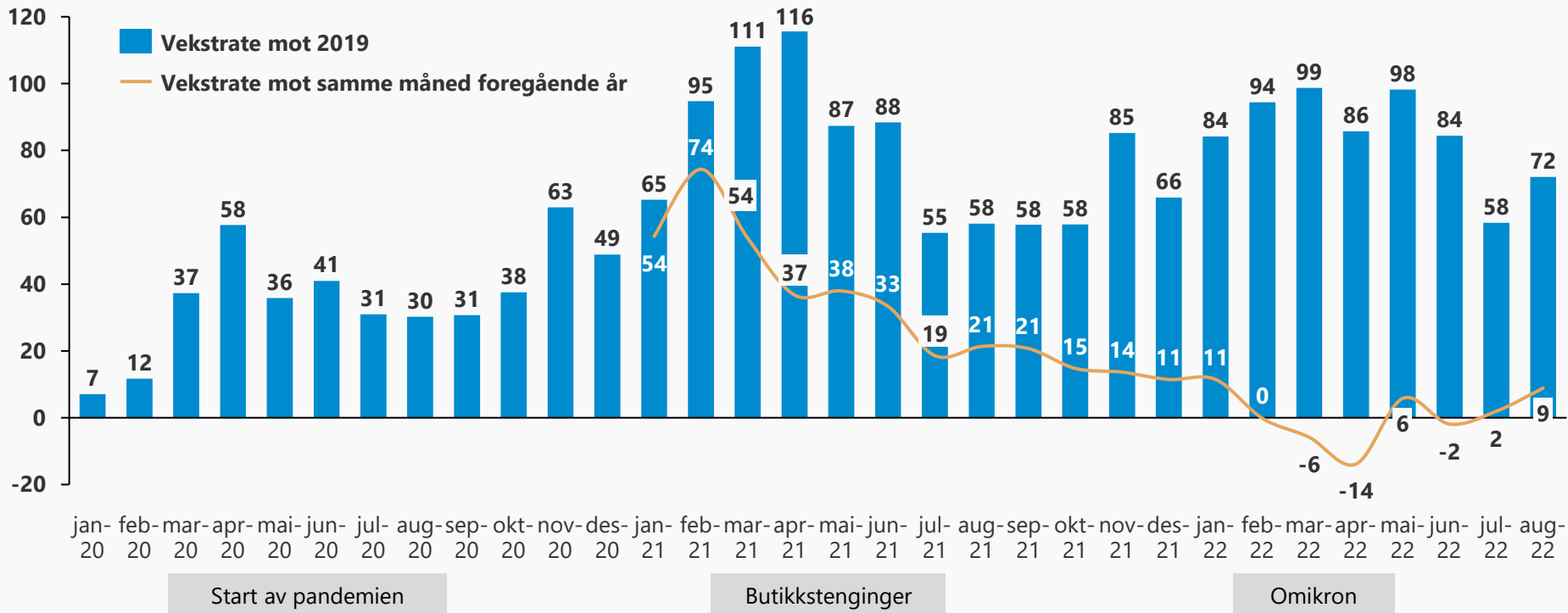
Vekst i verdi per august fra 2019



Veksten i netthandelen¹ svinger med smittetallene

Vekstrate mot samme måned i 2019 og fjoråret

Prosent



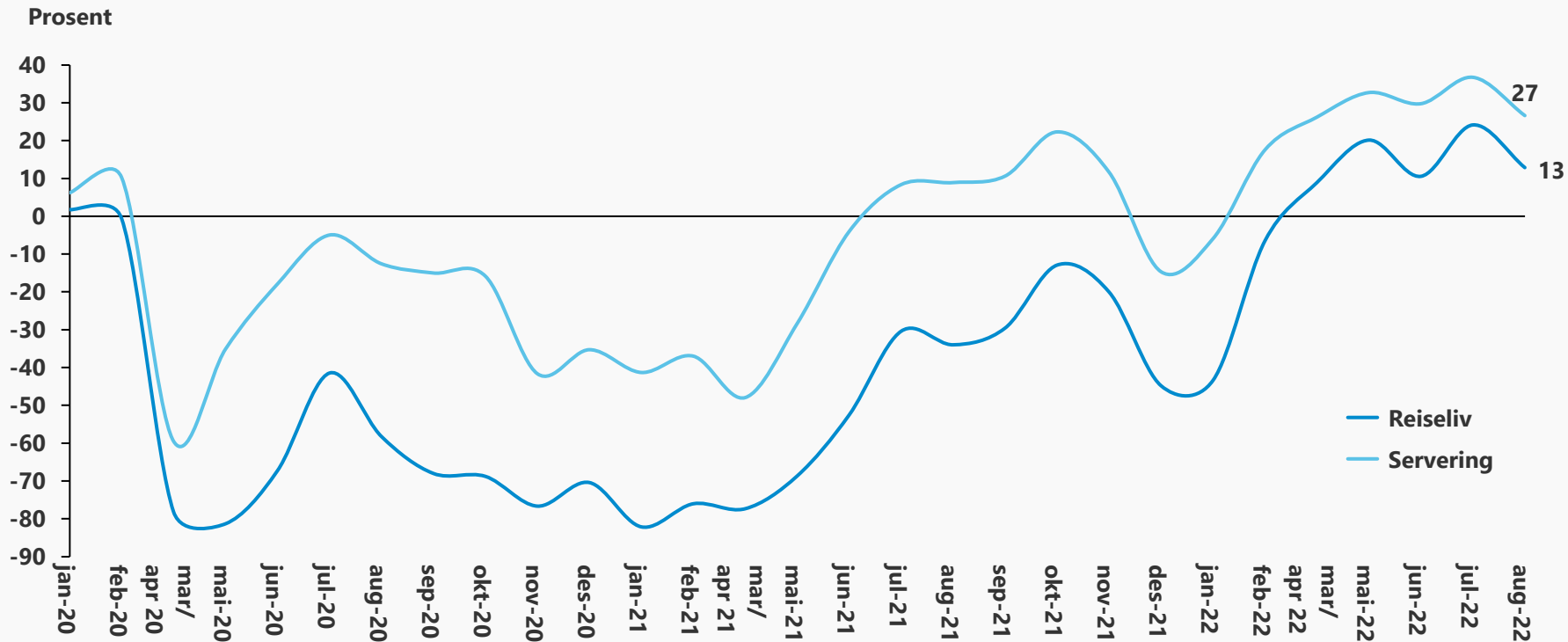
Varehandelen stabiliserte seg i august med en liten verdivekst mot fjoråret drevet av en ekstra handledag og økte priser

Utvikling i verdi	Vekst august 2022 mot 2021	Vekst august 2022 mot 2019	Vekst akk august 2022 mot 2021	Vekst akk august 2022 mot 2019
Varehandel eks bilkjøp og bensin	3,9 %	16,1 %	-0,1 %	18,3 %
Netthandel	8,9 %	72,1 %	0,4 %	84,0 %
Kosmetikk	43,8 %	66,4 %	70,6 %	58,5 %
Bensinstasjoner	23,1 %	27,0 %	30,5 %	24,6 %
IKT-utstyr i spesialforretninger	9,8 %	17,1 %	5,3 %	12,6 %
Apotek	9,2 %	25,2 %	6,6 %	22,4 %
Bøker	6,2 %	3,8 %	22,8 %	3,2 %
Dagligvare	3,0 %	11,4 %	-5,8 %	10,9 %
Bredt vareutvalg	2,0 %	15,8 %	1,1 %	18,1 %
Møbler	0,6 %	3,3 %	-0,2 %	9,4 %
Byggevarer	0,4 %	18,5 %	-3,1 %	24,9 %
Ur, gull- og sølvvarer	0,4 %	1,5 %	23,1 %	7,5 %
Tekstiler og utstyrvarer	0,3 %	15,5 %	6,1 %	22,2 %
Elektro	-0,5 %	1,2 %	-1,6 %	8,1 %
Sport	-1,4 %	6,7 %	-7,3 %	8,4 %
Klær	-3,2 %	10,2 %	19,9 %	13,0 %
Spill og leker	-4,9 %	19,8 %	9,2 %	33,4 %
Drikkevarer	-10,9 %	8,4 %	-16,1 %	15,7 %

- Varehandelen økte med 3,9% i august sammenlignet med fjoråret. Per august ligger varehandelen 0,1% under fjoråret. Målt mot samme periode i 2019 ligger varehandelen 16,1% høyere i august og 18,3% høyere per august.
- Volumveksten er betydelig svakere grunnet økte priser og volumveksten har vært negativ i alle månedene i 2022 selv om august hadde en betydelig bedre volumutvikling enn juli.
- 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. t under pandemien.
- I august er det litt flere bransjer med positiv vekst enn i juli der de fleste bransjene hadde negativ vekst. Pandemivinnere som sport, drikkevarer og elektro har negativ vekst, mens dagligvare overrasker med vekst mot samme måned i fjor etter prisøkninger og virkedagseffekt.
- Sterk vekst i flyreiser som gir økt taxfree salg driver veksten i kosmetikk som er bransjen med sterkeste vekst i august.
- Sportsbransjen har sin fjerde måned på rad med negativ vekst, men veksten er betydelig bedre enn de to foregående månedene.
- Netthandel er også nå tilbake på positiv vekstrate når sammenligningsperiodene blir uten pandemi-effekter.

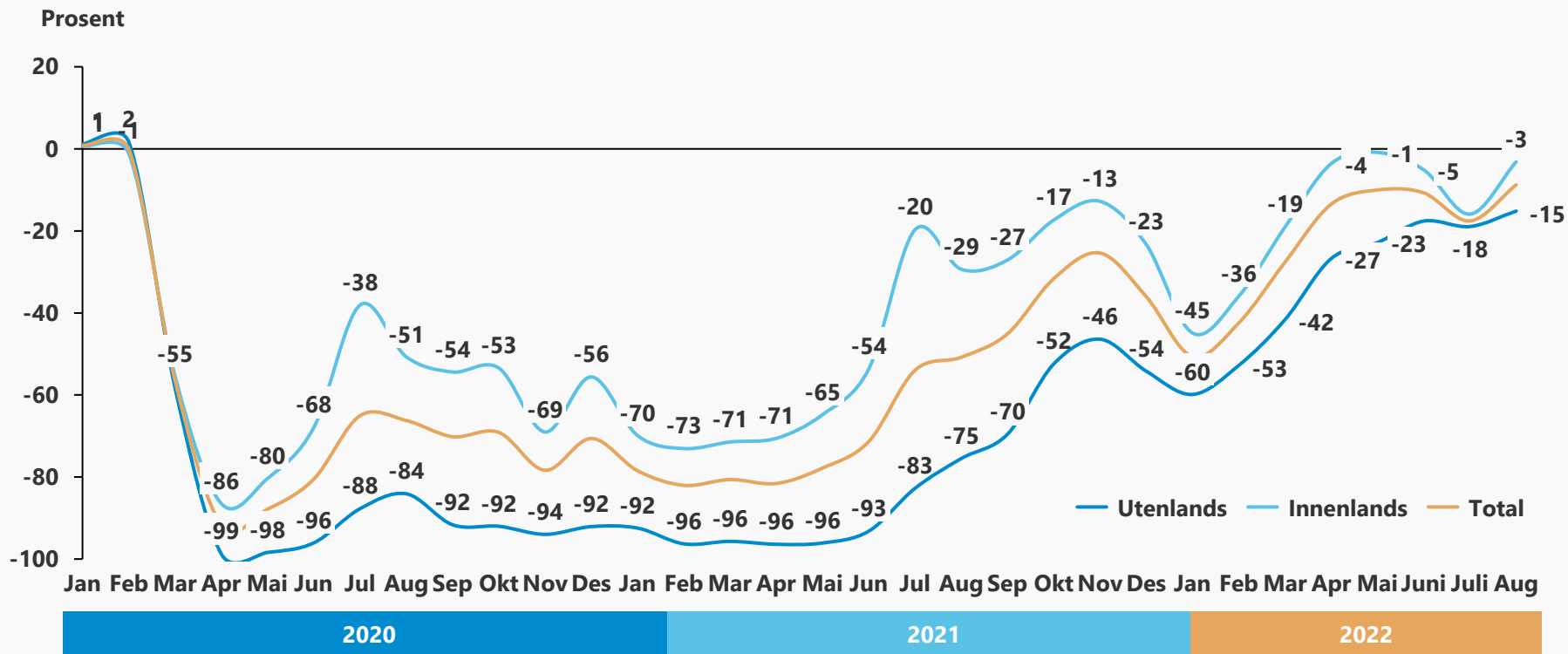
Forbruket innen reiseliv og servering er nå langt over nivået før pandemien

Endring fra samme måned i 2019



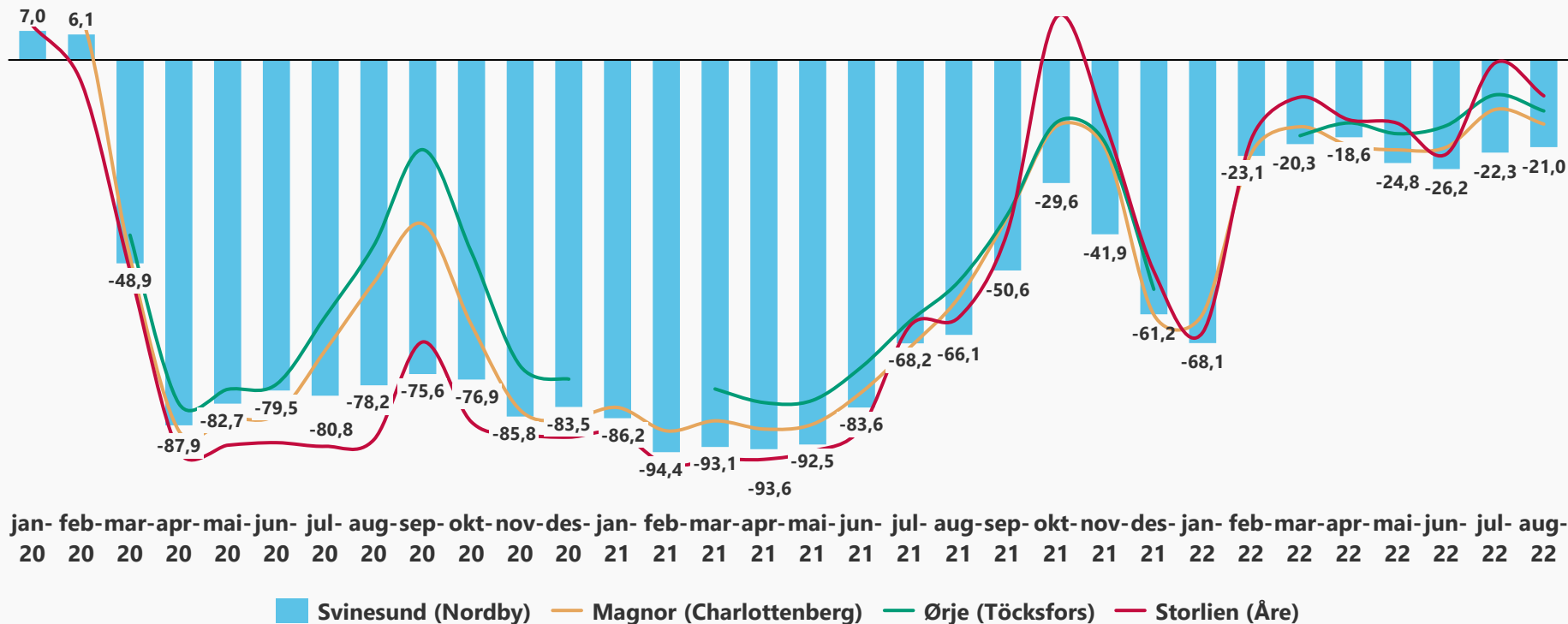
Flytrafikken er på vei tilbake

Endring i antall passasjerer målt mot 2019



Trafikken mot de store grensehandelssentrene er på vei tilbake

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)

