

Varehandelen i mars

Knut Erik Rekdal / ker@nhosh.no
27042023



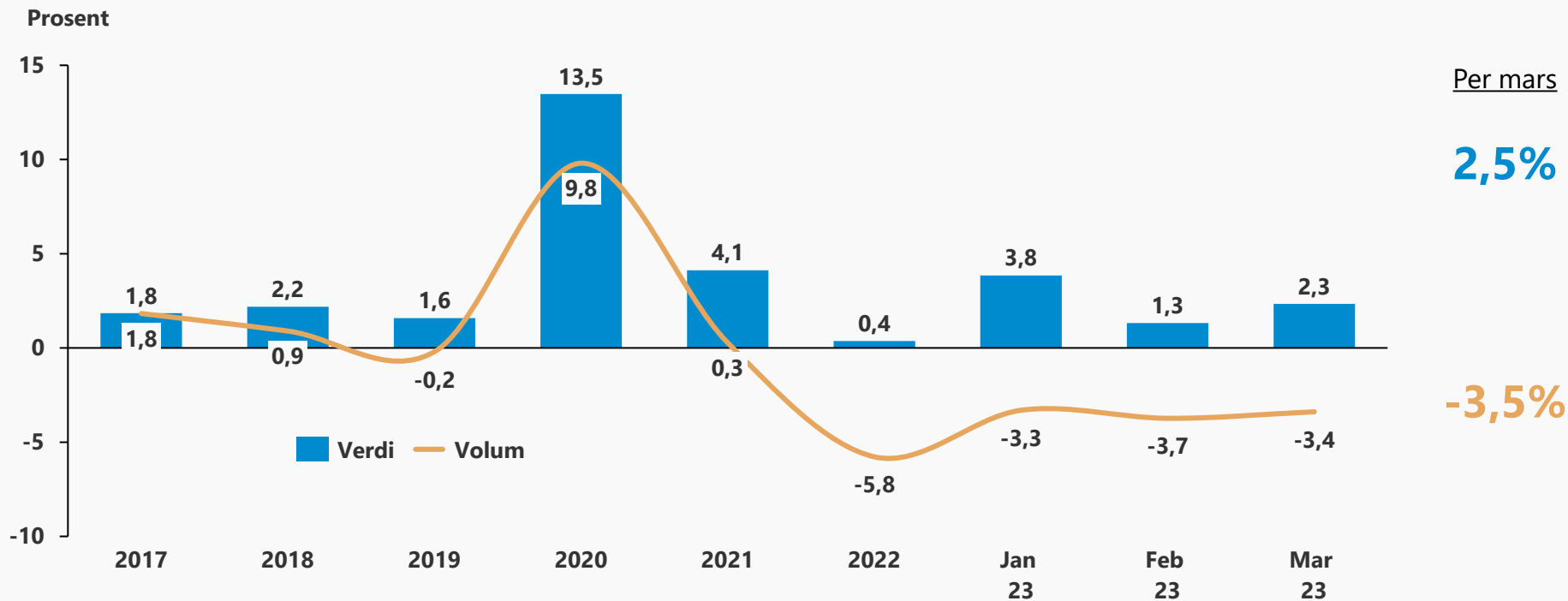
Butikkhandel og netthandel økte omsetningen i mars

Vekstrate omsetning (verdi)



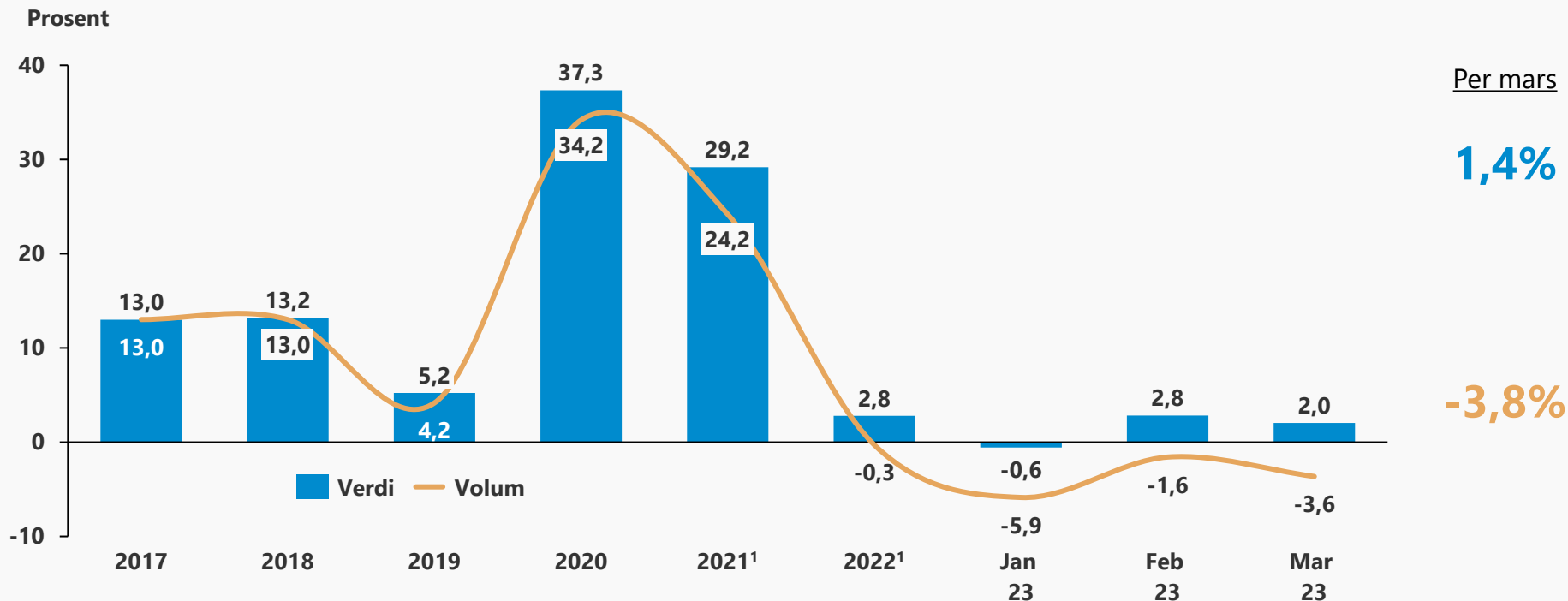
Vekst i verdi, men volumet i handelen har nå falt i 21 måneder på rad

Endring fra samme periode året før



Volumet i norsk netthandel har falt de tre seneste månedene, mens omsetningen øker marginalt

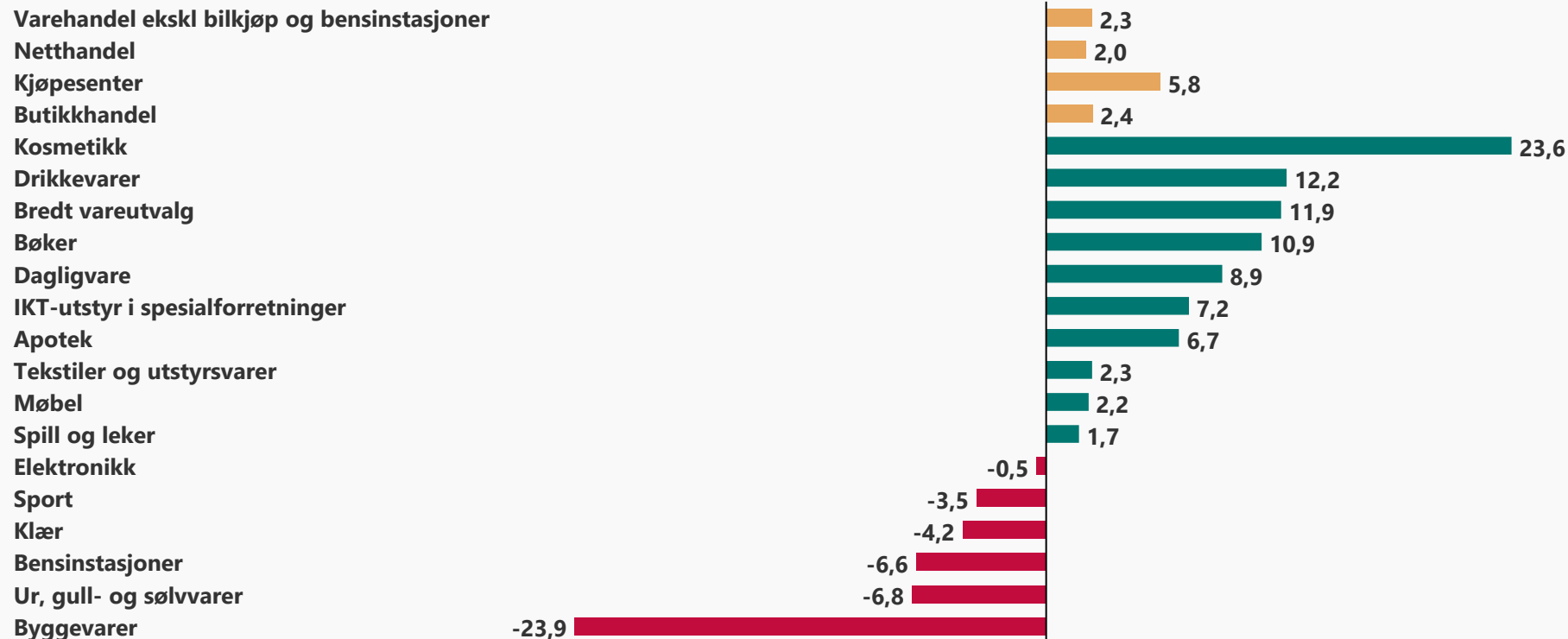
Endring fra samme periode året før



Kilde: SSB. ¹ veksten i 2021 er overestimert og terminstatistikken gir en vekst på 19%. Det er også et mindre avvik for 2022 der omsetningsveksten er underestimert i varehandelsindeksen (4,3% vs 2,8%)

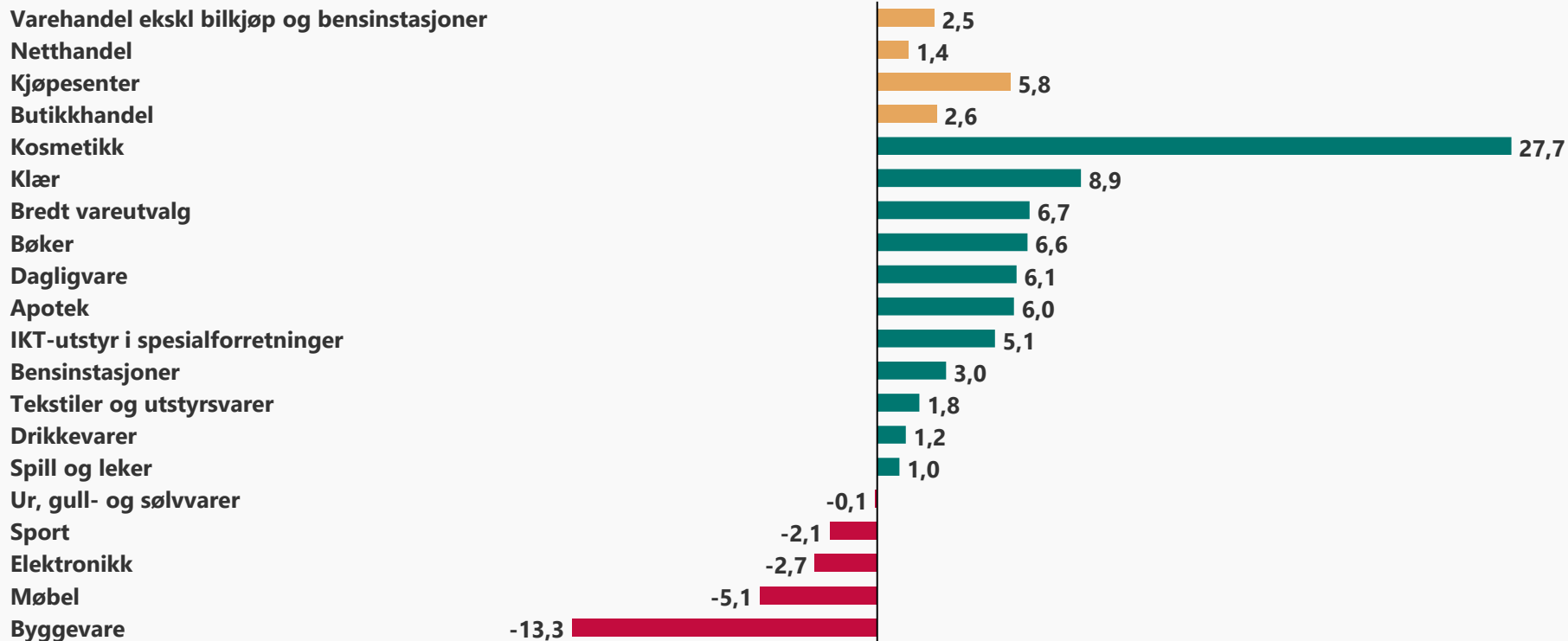
Omsetningen i varehandelen økte 2,3% i verdi i mars

Vekst i verdi i mars fra samme periode året før



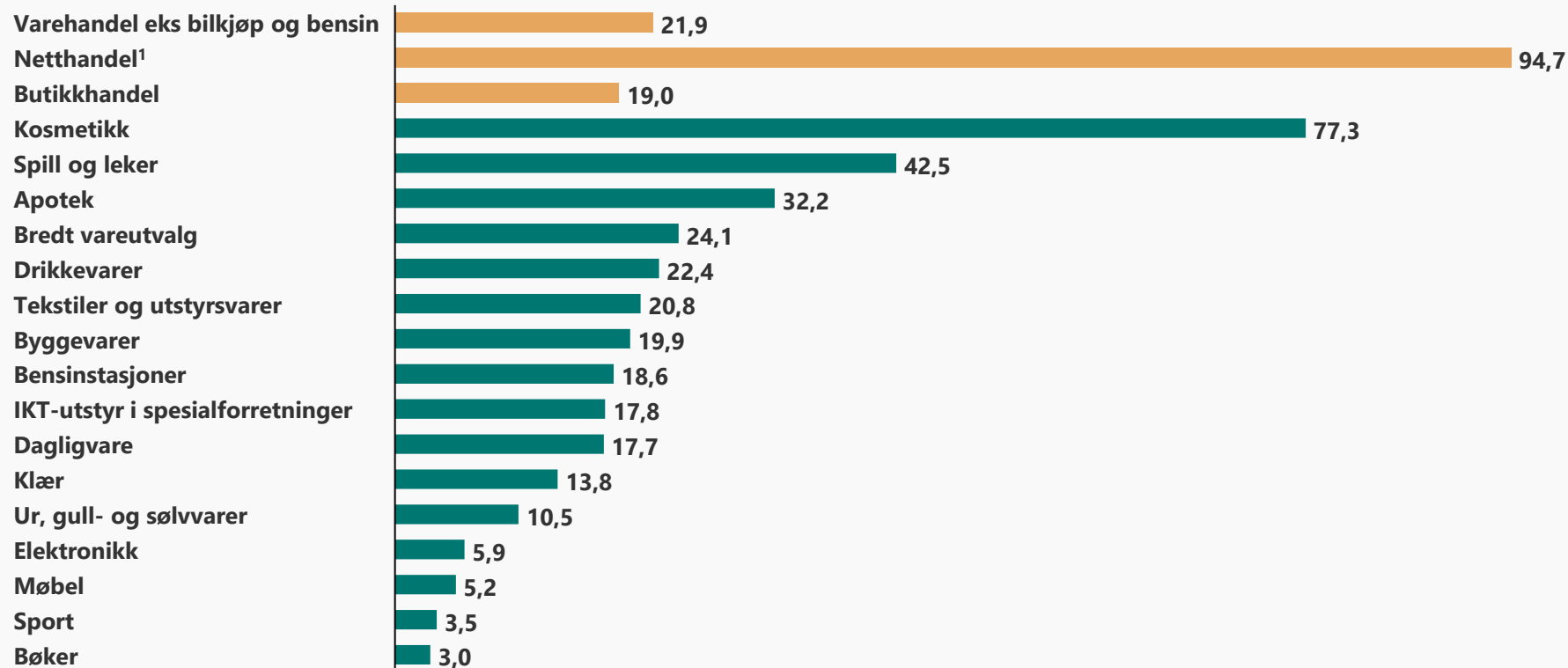
Omsetningen i varehandelen økte 2,5% per mars, der kapitalvarer trekker ned omsetningen

Vekst i verdi per mars fra samme periode året før



Omsetningen i varehandelen per mars ligger 21,9% over nivået i samme periode i 2019

Vekst i verdi per mars 2023 fra 2019



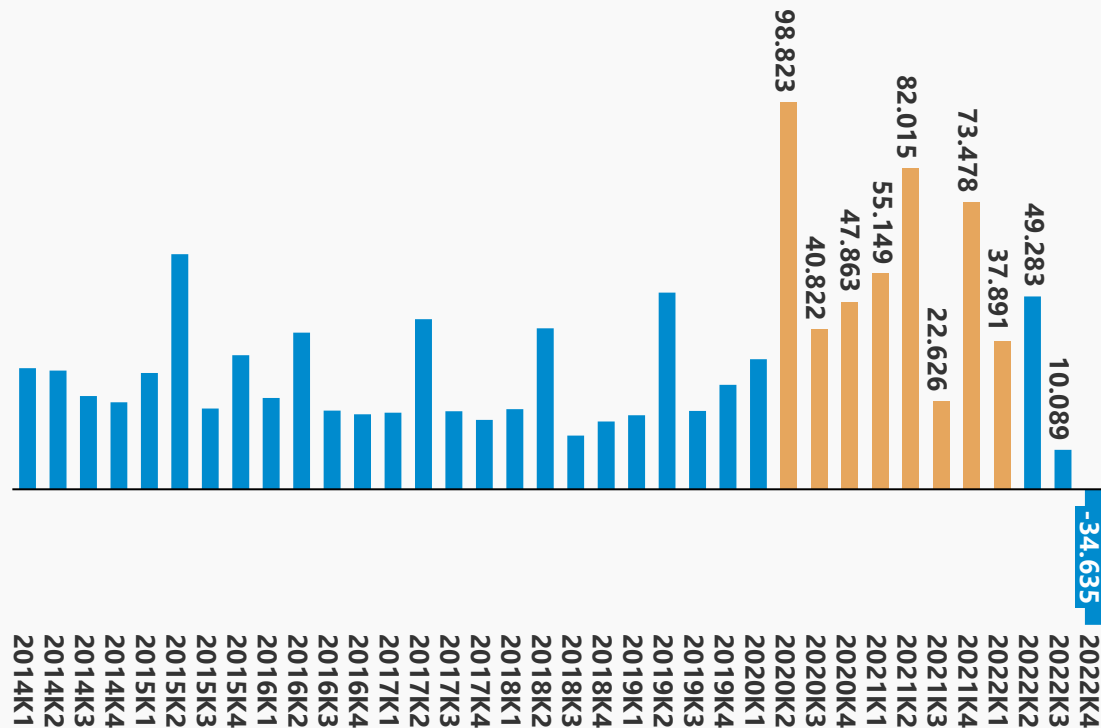
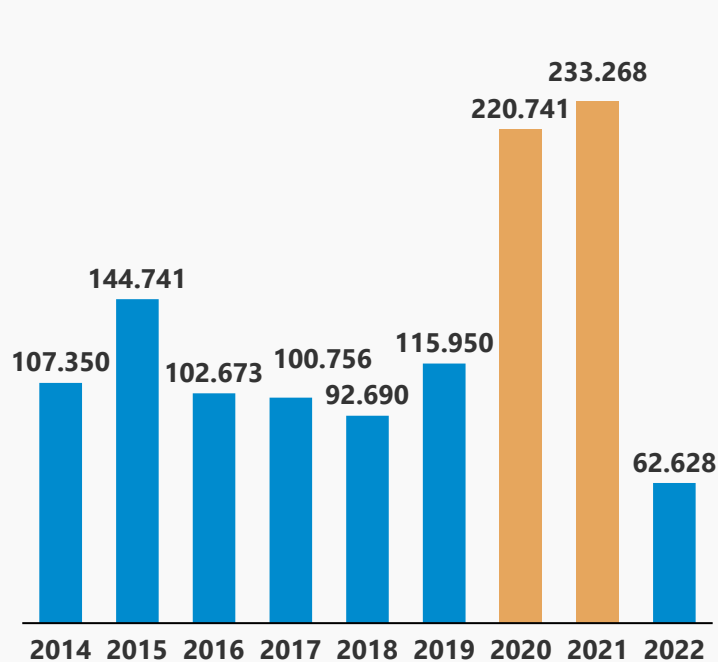
Varehandelen med verdivekst i mars på 2,3%

Utvikling i verdi	Vekst mars 2023 mot 2022	Vekst per mars 2023 mot 2022
Varehandel ekskl bilkjøp og bensin	2,3 %	2,5 %
Netthandel	2,0 %	1,4 %
Kosmetikk	23,6 %	27,7 %
Drikkevarer	12,2 %	1,2 %
Bredt vareutvalg	11,9 %	6,7 %
Bøker	10,9 %	6,6 %
Dagligvare	8,9 %	6,1 %
IKT-utstyr i spesialforretninger	7,2 %	5,1 %
Apotek	6,7 %	6,0 %
Tekstiler og utstyrsvarer	2,3 %	1,8 %
Møbel	2,2 %	-5,1 %
Spill og leker	1,7 %	1,0 %
Elektronikk	-0,5 %	-2,7 %
Sport	-3,5 %	-2,1 %
Klær	-4,2 %	8,9 %
Bensinstasjoner	-6,6 %	3,0 %
Ur, gull- og sølvvarer	-6,8 %	-0,1 %
Byggevarer	-23,9 %	-13,3 %

- Varehandelen økte med 2,3% i mars målt mot samme måned i fjor. Antall handledager i mars i år var likt som i fjoråret.
- Tidligere påske i 2023 enn i 2022 ga positive effekter for bransjer som dagligvare, bredt vareutvalg og drikkevarer.
- Som for hver måned i 2022 falt varehandelen i volum også i mars. Volumet i varehandelen falt med 3,4% i mars. Volumet i den totale varehandelen i Norge har nå falt 21 måneder på rad og siste måned med vekst i volumet var juni 2021.
- Netthandelen økte i verdi med 2,0% i mars. I volum falt netthandelen 3,8% i mars.
- Per mars er det et tydelig mønster der kapitalvarer faller i omsetning sammenlignet med fjoråret. Elektronikk, byggevarer, møbel og sport har alle negativ vekst i omsetning. For møbel og elektronikk som har sterk prisvekst er volumfallet stort, mens det for sport som har negativ prisvekst er et bedre bilde volummessig.
- Bredt vareutvalg er en av bransjene som treffer godt i et marked der forbrukerne får redusert kjøpekraft med en vekst på 6,7% i verdi per mars
- Tekstiler og utstyrsvarer som har lavere prispunkter gjør det også bedre enn møbel der varene har en høyere pris

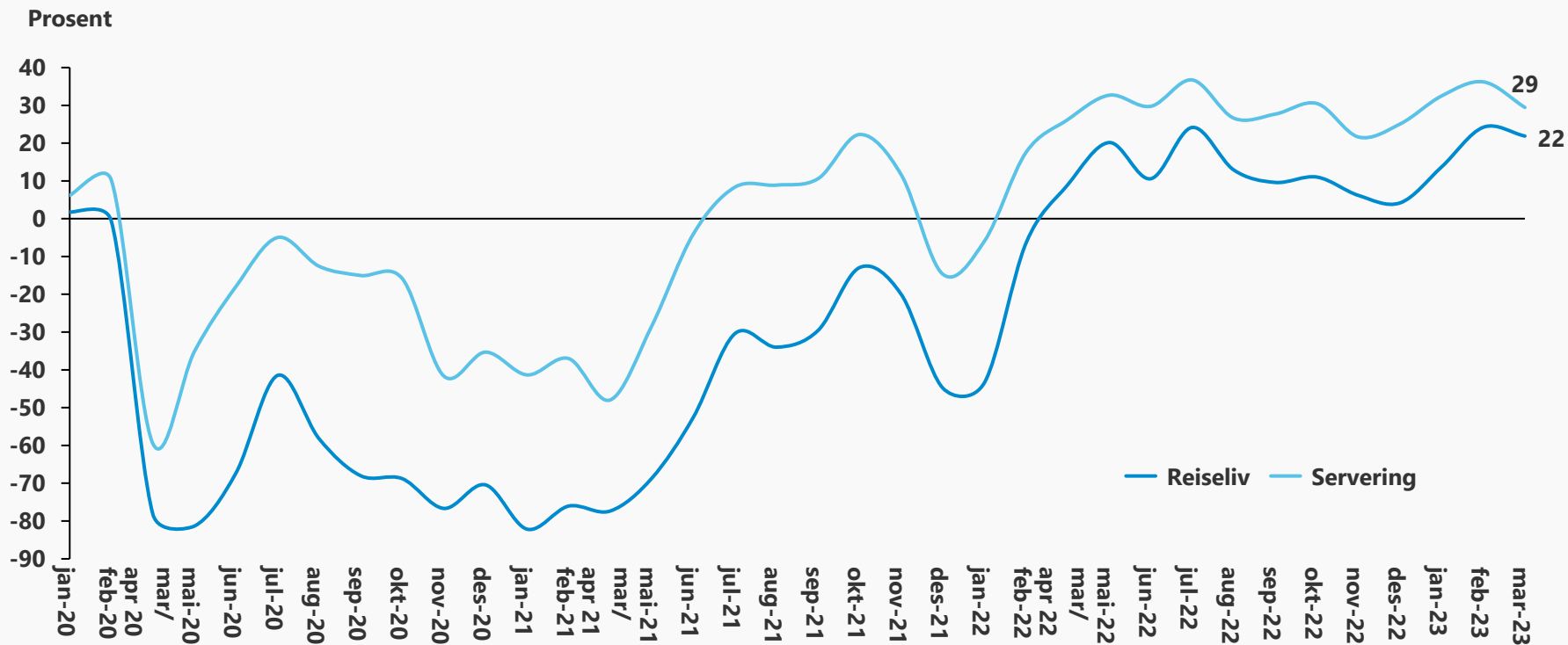
Forbrukerne har spart mye i pandemien, men nå er sparingen på lave nivåer (og negativ i K4 2022)

Sparing i husholdninger (MNOK løpende priser)



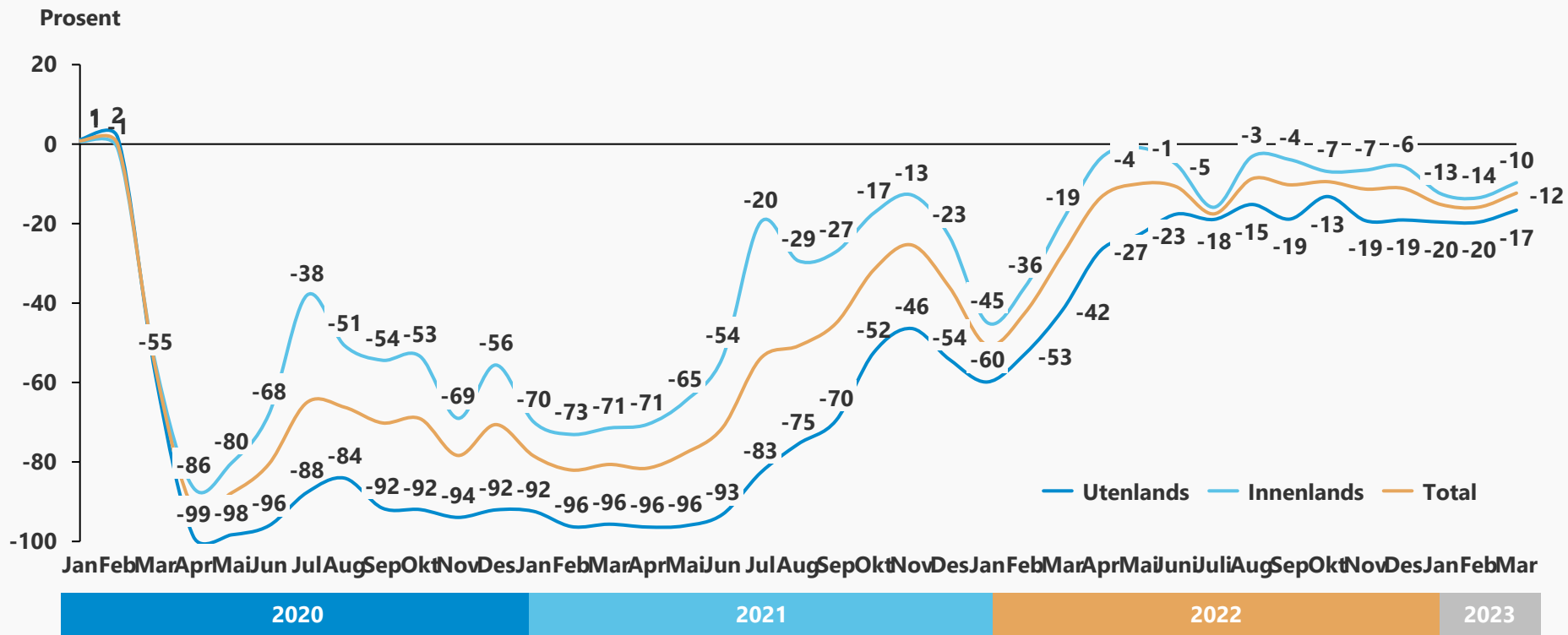
Forbruket innen reiseliv og servering ligger nå over nivåene fra før pandemien

Endring fra samme måned i 2019



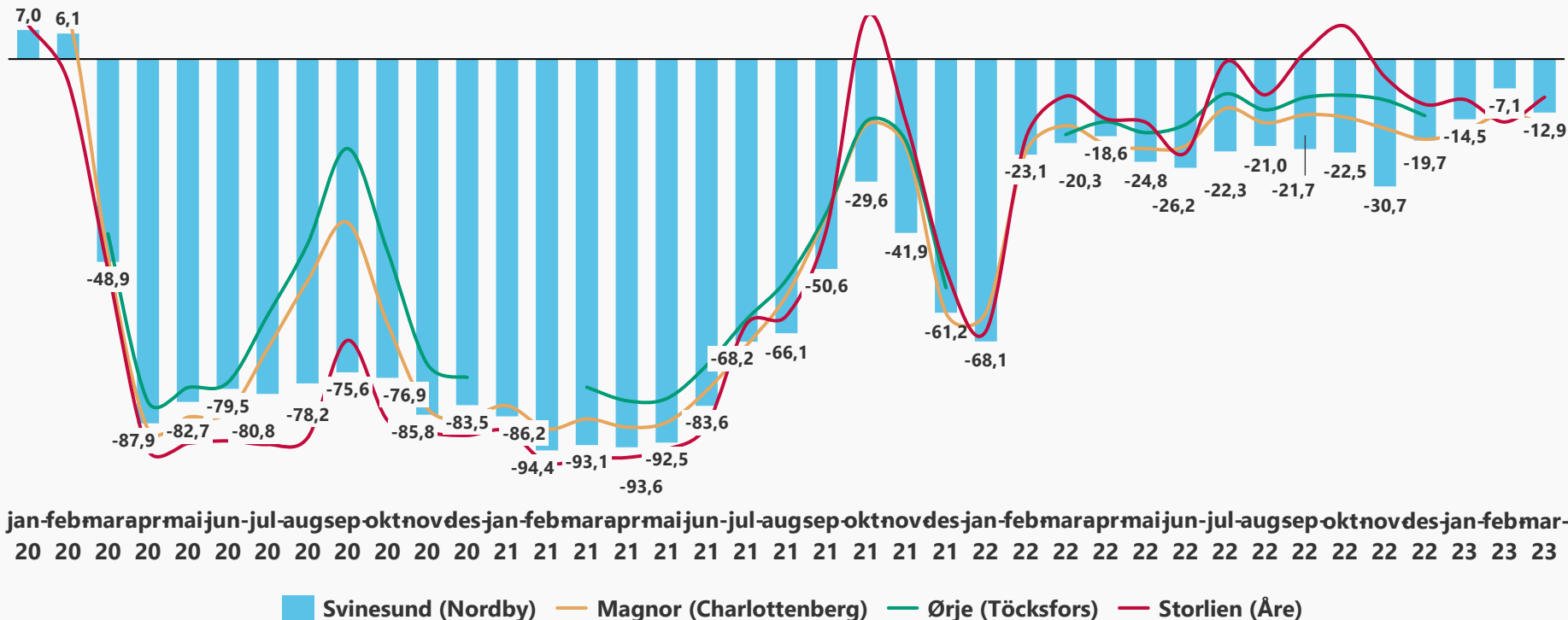
Flytrafikken var på vei tilbake, men stagnerer fra høsten 2022 og faller tilbake i starten av 2023

Endring i antall passasjerer målt mot 2019



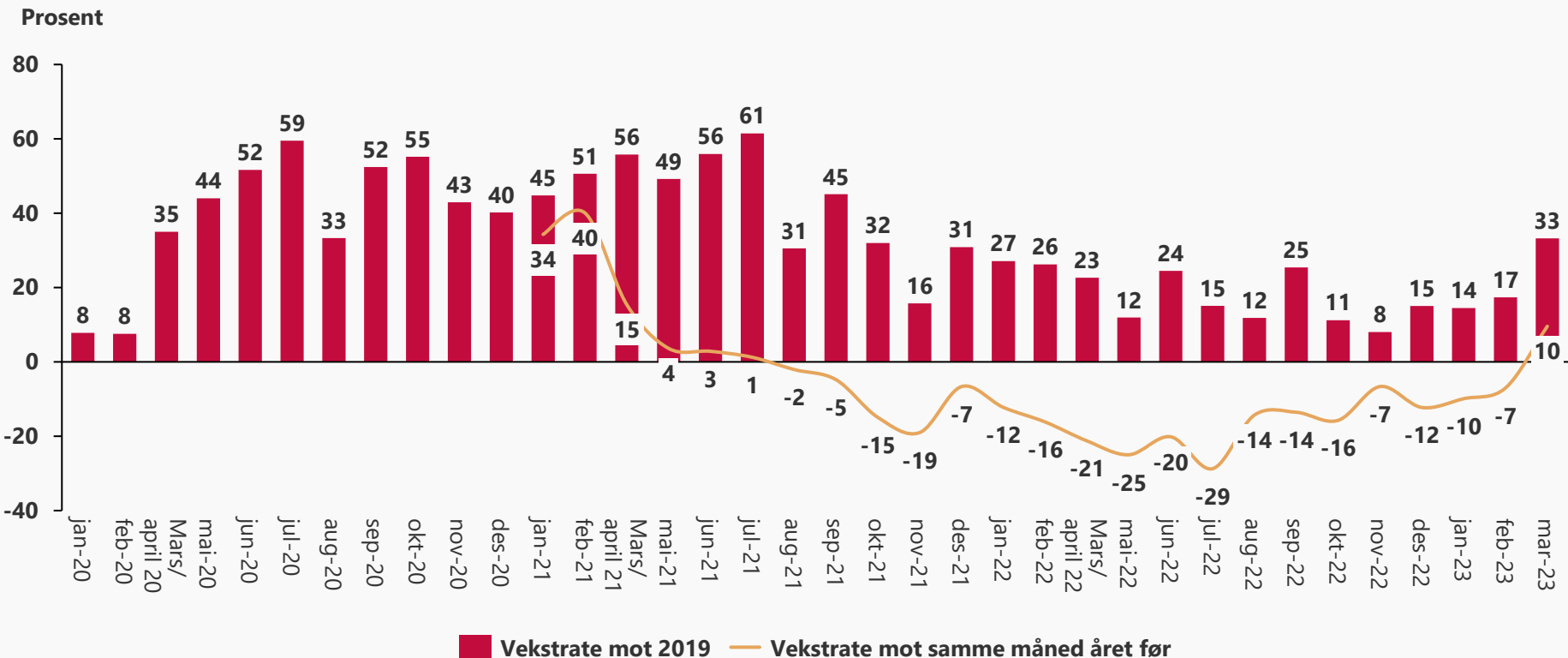
Trafikken mot de store grensehandelssentrene er på vei tilbake, men mangler fortsatt en del på 2019 nivå

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



Veksten i salget til Vinmonopolet faller tilbake, men i mars 23 er det en påskeeffekt da store deler av innkjøpene skjedde i mars, mens det var senere påske i fjor og i 2019

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



I K4 2022 ligger kollektivtransporten 7% under 2019 og befolkningen er på vei ut av hjemmekontoret

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

