

Nyhetsbrev

- med samlade tankar och analyser just nu



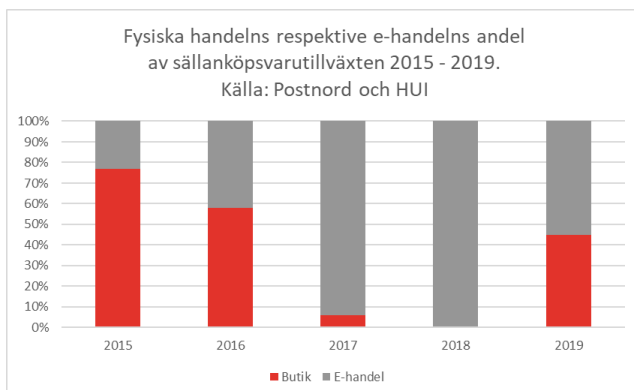
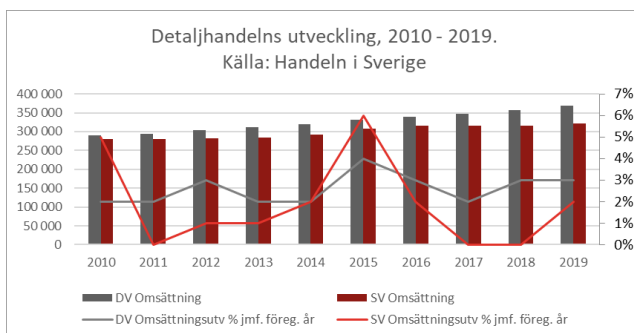
Lästid: 4-6 minuter

STOCKHOLM 2020.11.05

Vinnare och förlorare i pandemin

Det kommer en verklighet efter Covid-19, och då måste vi förhålla oss till den. Hur ser omvärldstrenderna ut, och hur kommer de att se ut i framtiden? Hur såg det ut när vi gick in i 2020?

Detaljhandeln har utvecklats positivt under hela 2010-talet, trots e-handels intåg. Nedan ser vi siffror från Handeln i Sverige, som endast omfattar den fysiska handeln. Detta beror delvis på att vi har en ökande befolkning, så även om per capita-konsumtionen i den fysiska handeln minskat, så har den totala volymen ökat.



E-handeln tog hela sällanköpsvarutillväxten under 2018, något som ändrades till år 2019, då den fysiska handeln tog halva tillväxten. Prognosen för e-handelstillväxt under 2020 låg ursprungligen på 11 %, vilket skulle varit en tillväxt med ungefär 10 miljarder kronor i absoluta tal.

Hur ser det nu ut för 2020?

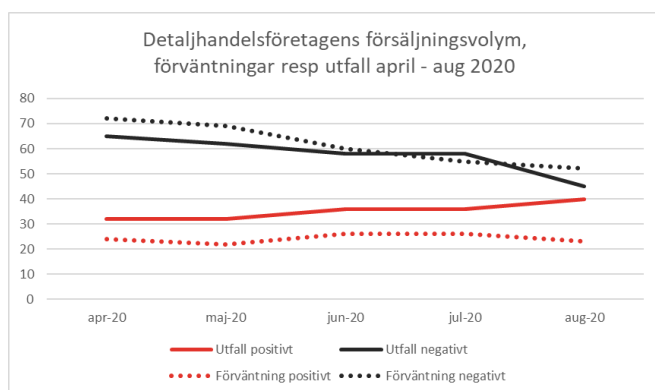
E-handeln väntas öka med 33 % för helåret (enligt Postnord/HUI), mot den tidigare prognosen på 11 %. Dock kommer e-handels tillväxt att minska under 2021, enligt en del bedömare kommer 30 – 40 % av den ökning vi ser under 2020 ligga kvar digitalt, resten kommer att flytta tillbaka till den fysiska handeln under de kommande åren. Det vi ser är alltså att utvecklingen på e-handelssidan har accelererat med några år, och att vi kommer att nå mättnad några år tidigare.

”Utvecklingen inom e-handeln har accelererat med några år.”

Det man också ser är att de äldre har börjat handla på internet – i synnerhet dagligvaror - mer än tidigare, detta kan tänkas stanna kvar i högre grad.

Konjunkturinstitutet visar på en mer positiv förväntan på tillväxt från detaljhandelsföretagens sida än i våras. Utfallet från i våras är också mer positivt än de förväntningar marknaden hade då. Se nedanstående diagram, där utfallet representeras av heldragna linjer och förväntningarna av streckade. Utfallet har, med undantag för juli och de som trodde på en minskning i försäljningsvolymen, hela tiden varit mer positivt än förväntningarna.

Forts. →



Vilka är vinnare och förlorare?

Kortsiktigt

De som kommer att kunna gå stärkta ur pandemin – och kanske t o m finna en utmaning i att behålla sina höga försäljningstal – är dagligvaruhandeln, blomsterhandeln (inkl trädgård), bygg- och heminredning och till viss del mindre stadskärnor och förortscentrum, då dessa har vunnit på att en stor del av befolkningen har arbetat hemma, och inte tagit sig in till de stora citykärnorna och ogärna går in i köpcentrum. Och naturligtvis e-handeln. Även butiker och verksamheter som kunnat tänka utanför boxen, och ex vis satsa på hemkörning har kanske inte tjänat på pandemin, men inte heller gått under.

Förlorare är t ex beklädnadshandeln, som hade det tuftet redan innan pandemins inträde, köpcentrum och stora stadskärnor. Och restaurang och upplevelser, som under våren såg mycket stora omsättningstapp.

Långsiktigt

På lång sikt är e-handeln en vinnare, även om tillväxttakten kommer att mattas av har pandemin inneburit att nya kundgrupper (framförallt äldre) hittat dit, och gamla kundgrupper har stärkt sina digitala inköp. Även de som kan hålla kvar kunderna, i ex vis förortscentrum och mindre stadskärnor, kan bli vinnare.

”Förlorare är – med risk för att låta tjugig – de som efter pandemin fortfarande inte förmår att tänka nytt.”

Artikelförfattare:

Lisa Lagerén, Partner RSD

IHL (USA)

Konsultföretaget IHL har kontinuerligt under 2020 tagit fram prognoser för hur COVID-19 kan komma att påverka handel (exkl renodlad e-handel) och restaurang-/hotellförsäljning under 2020 globalt, den senaste prognosen är från september. Deras ingående antaganden är:

- 2 månaders nedstängning av allt som inte är nödvändigt, dvs i princip allt utom dagligvaror och apotek, därefter olika grader av social distansering under en längre period, sannolikt resten av 2020. Hittills har man i USA haft mellan 1,5 och 5 månaders nedstängning beroende på delstat.
- Stimulanspaketet är till viss del skadliga för handelns återhämtning eftersom de kan innebära att en anställd får mer pengar för att vara hemma än att arbeta. Det kan betyda att även om efterfrågan kommer tillbaka kommer aktörerna ha svårt att möta den.

USA hade mycket stark handel under årets första två månader (till skillnad från Europa) vilket gav dem en bra utgångspunkt vid inträdet i pandemin. Under 2020 bedöms, i Nordamerika, dagligvaruhandeln att öka betydligt, med ca 12 %, medan sällanköpsvaruhandeln (minus 15 à 25 %) och restaurang och hotell (minus 25 à 30 %) tappar. Totalt beräknas förlusten till drygt 7,5 % för retail och hotell/restaurang, att jämföra med prognosen före Covid-19 på + 1%.

IHL har också prognosticerat återhämtningen, där man tror att handeln kommer att vara tillbaka på 2019 års nivå ca år 2023, med vissa branschvariationer.

Covid-19 påverkar handeln över hela världen, och det är svårt att sja om hur stor påverkan är. De flesta bedömare anser att vi kommer att se negativa siffror under helåret 2020, men att mycket återhämtar sig under 2021. Dock är alla prognoser i dagsläget mycket osäkra.