

# Forventningerne til julehandlen er styrtdykket

## ANALYSE

Julehandlen står for døren samtidig med, at husholdningernes økonomi bliver udhulet af høje energipriser og generel inflation. Det giver rekordlave forventninger til omsætningen hos detailbutikkerne.



# Forventningerne til julehandlen er styrtdykket

Dato: 6. december 2022

Inflation og energipriser på himmelflugt skaber usikkerhed blandt forbrugerne. Det ses blandt andet ved, at forbrugertillidsindikatoren fra Danmarks Statistik dette år er på sit laveste siden 1974. Mange husholdninger oplever, at deres økonomi udhules, og det sætter spor i privatforbruget.

Derfor forventer detailvirksomhederne - i langt højere grad end tidligere - et fald i omsætningen de kommende måneder. Fokuserer vi på den del af detailhandlen, som er mest afhængig af julehandlen, så har forventningerne til omsætningen hen over julen ikke været lavere de sidste 8 år. Svigtende julesalg vil reducere årsomsætningen, og det sætter detailvirksomhederne under pres.

## Hovedpointer fra undersøgelsen

- Forventningerne i november til omsætningen i de kommende tre måneder er markant lavere end de foregående otte år.
- Mere end fire ud af ti virksomheder forventer en forringelse af omsætningen i de kommende tre måneder, når man spørger detailhandlen ekskl. dagligvarebutikker og bilhandel.
- December er årets bedste handelsmåned og står for 10-13 pct. af årsomsætningen for forskellige grupper af detailvirksomheder. Det understreger vigtigheden af julehandlen for nogle virksomheder.

Andel af virksomheder inden for detailhandel ekskl. dagligvarer og bilhandel, der forventer omsætningsfald:

# 42%

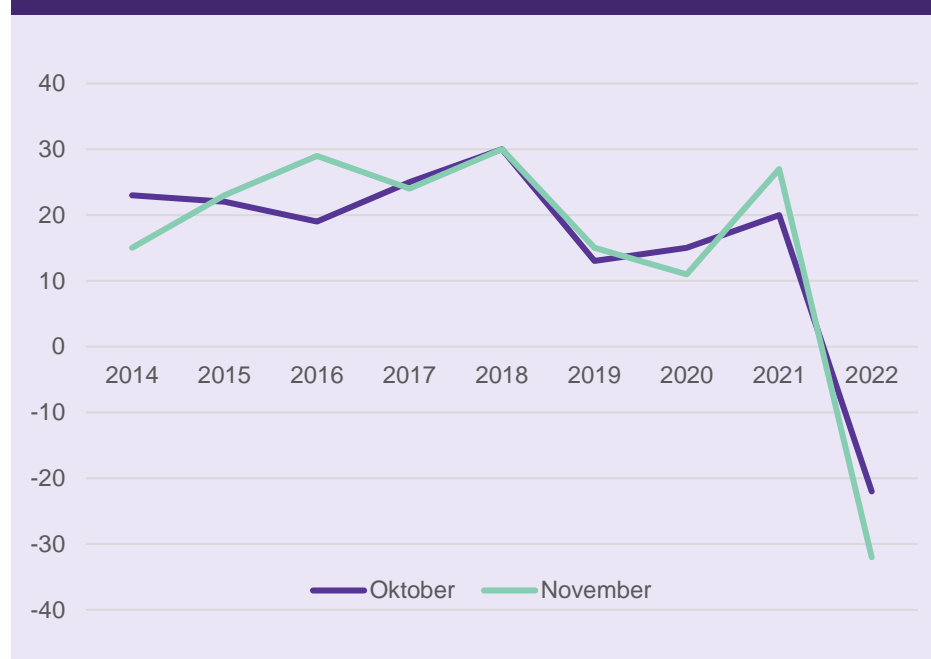
## Detailvirksomhederne ser ikke den sædvanlige julehandel stå for døren

Figur 1 viser, at forventningerne til omsætningen de kommende 3 måneder i både oktober og november 2022 er meget lavere end normalt for virksomheder indenfor detailhandel ekskl. dagligvarebutikker og bilhandel. Det er den del af detailhandlen, som er mest afhængig af julehandlen.

Danmarks Statistiks indikator for omsætningsforventninger per november 2022 er på -32. Dermed tager indikatoren et dyk på hele 59 point siden november 2021. Indikatoren for oktober og november på henholdsvis -22 og -32 står i kontrast til samme måneder siden statistikken blev etableret i 2011, hvor vi ikke tidligere har set negative tal for forventningerne. Forventningerne til blandt andet julehandlen er således styrtdykket i år.

Forventningerne er 2022 på sit laveste i perioden

### Udvikling i detailvirksomheders forventning til omsætningen de kommende 3 måneder



Kilde: Danmarks Statistik

Figur 1

Anm.: Detailvirksomheder udgør her brancherne: Detailh. med forbrugerelektronik, Detailh. med tekstiler og husholdningsudstyr mv., Detailh. med kultur- og fritidsprodukter, Detailh. med beklædning og fodtøj og Internethandel, postordre mv.

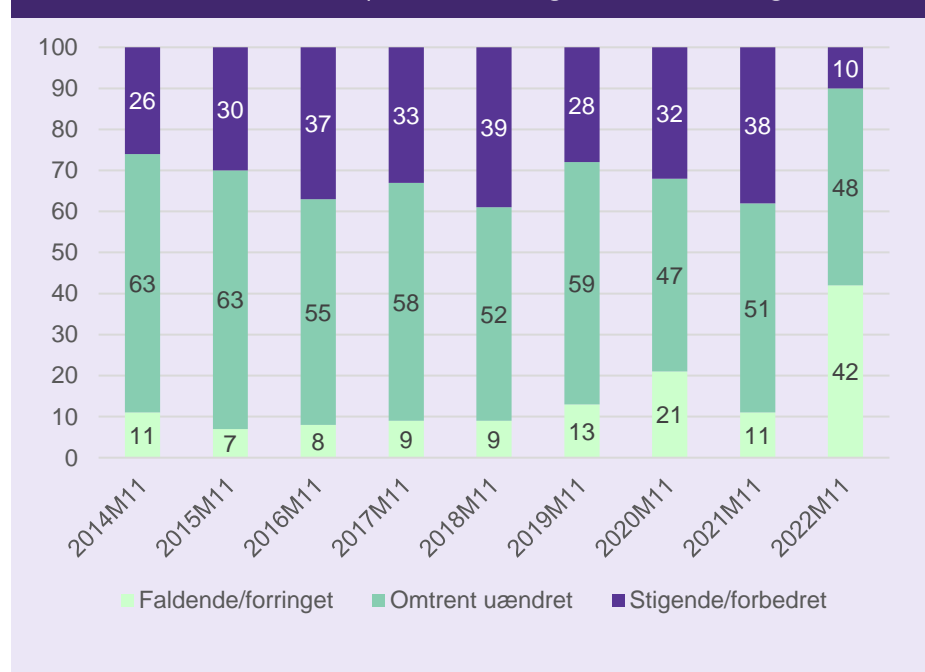
## Langt flere forventer et fald i omsætningen

Forventningerne i 2022 adskiller sig kraftigt fra de øvrige år. 42 pct. af virksomhederne forudser et fald i omsætningen, hvorimod det gennemsnitligt har ligget på 11 pct. for perioden 2014-2021. Det er næsten en firdobling af virksomheder, der forventer en nedgang i salget.

Den ærgerlige tendens gælder også andelen af virksomheder, der ser en lysere tid foran sig. Her er andelen mindre end en tredjedel af normalen. I 2022 forventer 10 pct. en stigning i omsætning, mens november-gennemsnittet for 2014-2021 er 33 pct. Inden for detailhandel ekskl. dagligvarebutikker og bilhandel ser vi dermed ikke blot mange virksomheder med forventninger om faldende omsætning. Der er også meget få, der trækker op med positive forventninger.

4 ud af ti af virksomhederne forventer et fald i omsætningen

Udvikling i detailvirksomheders forventning til omsætningen de kommende 3 måneder fordelt på andel med givent forventningsvar



Kilde: Danmark Statistik

Figur 2

Anm.: Detailvirksomheder udgør her brancherne: Detailh. med forbrugerelektronik, Detailh. med tekstiler og husholdningsudstyr mv., Detailh. med kultur- og fritidsprodukter, Detailh. med beklædning og fodtøj og Internethandel, postordre mv.

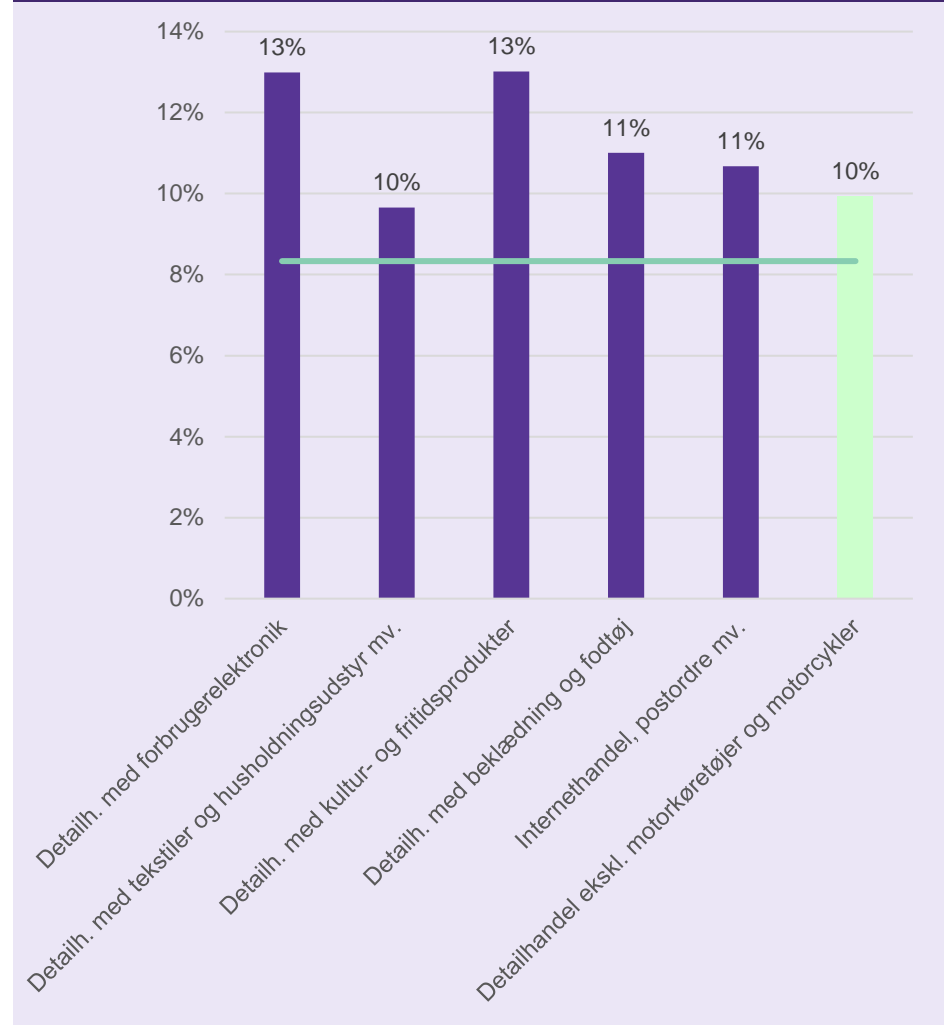
## Julehandlen er vigtig for detailvirksomhederne

Figuren nedenfor viser, at andelen af salget i december, ud af den samlede omsætning for året, er høj for detailhandlen. Med 10 pct. af omsætningen er omsætningen i december måned for detailhandel (ekskl. motorkøretøjer) gennemsnitligt 21 pct. højere end de resterende 11 måneder.

December - og dermed julehandlen – er desuden særlig vigtig for nogle dele af detailhandlen. Detailhandel inden for forbrugerelektronik (som fx mobiltelefoner og pc'er) og detailhandel inden for kultur og fritidsprodukter (som fx bøger, legetøj og sportsudstyr) henter gennemsnitligt 13 pct. af omsætningen i december måned. December ligger dermed 70 pct. over gennemsnittet for de øvrige 11 måneder.

Salget i december udgør op mod 13 pct. af det årlige salg

Gennemsnitlig andel af årsomsætningen som omsættes i december måned fordelt på branche i perioden 2009-2021 (Den vandrette linje viser procentdelen, hvis salget var det samme i alle måneder)



Kilde: Danmarks statistik

Figur 3

For enkeltvirksomheder kan julesalget udgøre helt op mod 25 pct. af den samlede omsætning for året. Disse virksomheder er dybt afhængige af, at forbrugerne finder julehumøret og ikke mindst dankortet frem.

### **Konklusion og politikforslag**

Detailvirksomhederne går en usikker juletid i møde. Forbrugertilliden er historisk lav, og husholdningerne er udfordret af stigende omkostninger. Det påvirker virksomhedernes forventninger til omsætningen, som i år er på sit laveste siden 2014. Andelen af virksomheder inden for detailhandel ekskl. dagligvarebutikker og bilhandel, som forventer et fald i omsætningen, er næsten firdoblet.

Det er særligt bekymrende, fordi salget i december udgør en betragtelig andel af det samlede salg i løbet af året. Derfor vil detailvirksomheder blive hårdt ramt i tilfælde af et lavt julesalg.

### **Kontakt**

Cheføkonom Martin Kyed, tlf. 25 15 78 31, [kyed@smvdanmark.dk](mailto:kyed@smvdanmark.dk)  
Juniorrådgiver Anna Stenild, [stenild@smvdanmark.dk](mailto:stenild@smvdanmark.dk)  
SMVdanmark, december 2022.