

# Julehandelsprognose for 2016

AF CHEFKONSULENT MALTHER MUNKØE

## RESUMÉ

Julehandlen har stor betydning for detailhandelns årsomsætning, og giver desuden en strømpil for den generelle forbrugsudvikling. Endvidere illustrerer julehandlen, hvor integreret og stor en del af danskernes indkøbsmønstre, nethandel i dag udgør. Dansk Erhverv har analyseret julehandlen og traditionen tro opstillet en julehandelsprognose for 2016. Blandt andet konstateres det, at:

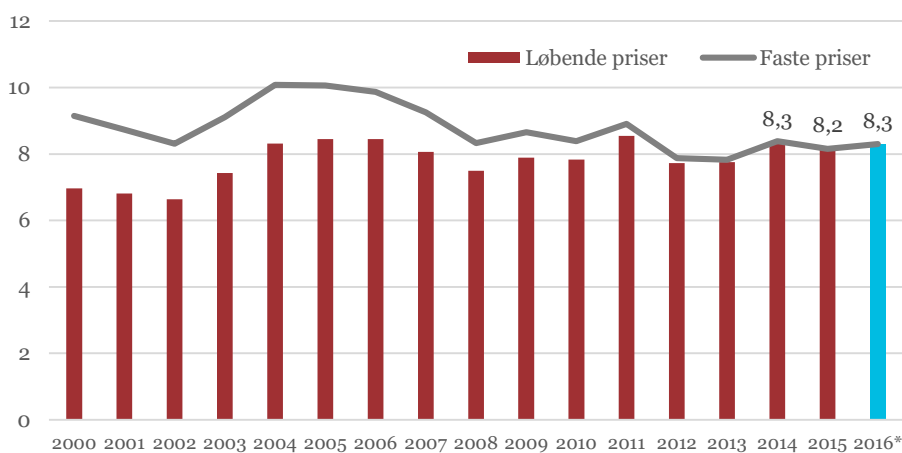
- Julehandlen 2015 skuffede lidt og landede på ca. 8,2 mia. kr.
- I 2016 forventer Dansk Erhverv en vækst i julehandlen, som ventes at lande i omegnen af 8,3 mia. kr.
- Det svarer til, at en gennemsnitlig husstand har et merforbrug i julemåneden på ca. 3.100 kr.
- Nethandel bliver en stadig vigtigere del af danskernes indkøbsmønstre, og ikke mindst i julehandlen. Dansk Erhverv estimerer årets julehandel på nettet til ca. 1,8 mia. kr.

Julehandel er afgørende for detailhandlen og desuden strømpil for den generelle forbrugsudvikling

Julehandlen har over de senere år med nogle udsving ligget i omegnen af eller lidt over 8 mia. kr. jf. figur 1. Metodikken til opgørelsen af julehandel gennemgås på s. 6.

Figur 1

### Julehandlen 2000-2015, og prognose for 2016



Kilde: Dansk Erhvervs beregninger pba. Danmarks Statistik, jf. metodebeskrivelse s. 6

Dansk Erhvervs prognose: julehandel for 8,3 mia. kr. i 2016

## Dansk Erhvervs julehandelsprognose 2016

Dansk Erhvervs prognose for julehandlen 2016 er baseret på en generel vurdering af konjunktursituationen og købelysten hos forbrugerne. Dansk økonomi imponerer ikke ligefrem, og 3. kvartal har været et svagt kvartal for det private forbrug. Forbrugertillid har udvist en faldende tendens, og væksten i BNP og privatforbrug er relativt lav, men dog positiv. Der er altså ikke umiddelbart noget som peger på en stor fremgang for julehandlen i år, selvom pilen trods alt peger i retning af mere forbrug, og vi har fjernet os fra den krisestemning, vi oplevede for år tilbage. Julehandlen skuffede overraskende i 2015 med et lille fald efter et fornuftigt 2014, og det forekommer realistisk at julehandlen vil stige beskedent i år og i hvert fald vil vende tilbage til udgangspunktet for 2014 på 8,3 mia. kr. og måske også lidt mere end det. Alt i alt forventer Dansk Erhverv således en mindre fremgang for julehandlen fra 8,2 mia. kr. til 8,3 mia. dvs. lidt over en halvanden procents stigning.

Dansk økonomi stadig ikke i højt gear og 3. kvartal har været relativt svagt

Julehandlen i 2015 skuffede

Dansk Erhverv forventer en beskedent stigning i år til ca. 8,3 mia. kr.

## Julehandlen opdelt på komponenter

Julehandlen består af komponenterne fødevarer og dagligvarer, der stiger i juleperioden fordi danskerne bruger flere penge på selvforskælelse, julefrokoster mv., beklædning og "andre forbrugsvarer" der i høj grad afspejler julegaveindkøb generelt. Den nedenstående tabel viser det forventede merforbrug i december fordelt på varekategorier. Som beskrevet forventes et samlet merforbrug i december på ca. 8,3 mia. kr., svarende til ca. 1.500 kr. per indbygger eller ca. 3.100 kr. per husstand. Lægger man til grund at merforbruget i december har den samme fordeling som vi så sidste år mellem fødevarer/dagligvarer, beklædning mv. og andre forbrugsvarer (hvad der ikke forekommer uplausibelt) svarer det til et merforbrug på ca. 2.200 kr. per husstand på andre forbrugsvarer og beklædning, der tilsammen mere eller mindre svarer til julegaver.

Figur 3

### Oversigt over forventet julehandel 2016

|                         | Mio. kr. | Kr. per indbygger | Kr. per husstand |
|-------------------------|----------|-------------------|------------------|
| Fødevarer / dagligvarer | 2.474    | 432               | 932              |
| Beklædning mv.          | 1.965    | 343               | 740              |
| Andre forbrugsvarer     | 3.862    | 675               | 1.455            |
| Julehandel i alt        | 8.300    | 1.450             | 3.127            |

Kilde: Dansk Erhverv pba. Danmarks Statistik, jf. metodebeskrivelse s. 6

Forventet mersalg i december svarer til ca. 3.100 kr. per husstand

Det er vigtigt at være opmærksom på, at julehandlen er opgjort som merforbrug i december, jf. Dansk Erhvervs metodik som er uddybet på side 6. Der vil derudover være en åbenlys substitutionseffekt ved, at husstande overflytter forbrug fra nogle poster til

andre (dvs. man bruger flere penge på forbrugsvarer der skal bruges til jul herunder især julegaver, og færre penge på andre forbrugsvarer, i december måned – man køber fx formentlig færre bøger til sig selv og køber flere bøger at give væk i julegave i december). Fra den enkelte forbrugers perspektiv er det derfor klart, at man bruger et større beløb på julen end de viste, fordi julen ansues fra *detailhandlens perspektiv* hvor det afgørende er, hvor meget *mere* der indkøbes i juleperioden relativt til normalt.

### Net-julehandel for 1,8 mia. kr.

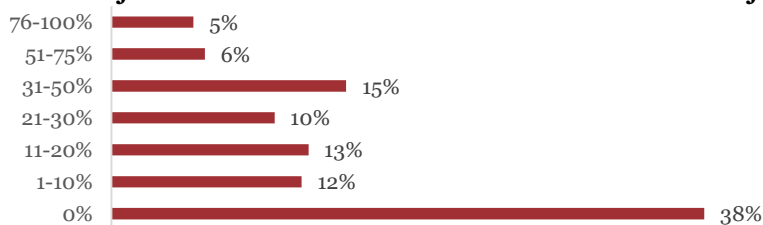
Den internetbaserede julehandel estimeres til i 2016 at ligge på ca. 22 pct. af den samlede julehandel svarende til 1,8 mia. kr. Det er noget mere end sidste år, hvor ”e-julehandlen” lå på ca. 1,3 mia. kr. Det afspejler både en forventning om voksende julehandel og en stigning i andelen, som forventes at blive købt på nettet.

Net-julehandel svarer til 22 pct. eller 1,8 mia. kr.

Udgangspunktet for estimatet er en befolkningsundersøgelse hvor svarpersonerne har angivet, hvor stort et beløb de forventer at julehandle for, samt hvor stor en andel heraf de regner med vil blive købt som nethandel. Herudfra kan beregnes hvor stor andel af det samlede beløb, der forventes julehandlet via nettet, jf. figur 4.

Figur 4

#### Forventet julehandel via nettet som andel af samlet forventet julehandel



**Kilde:** Norstat for Dansk Erhverv, oktober 2016. n=958, kun personer der julehandler i år

**Anm.:** Se s. 6 for en nærmere beskrivelse af datagrundlag og beregningsmetodik

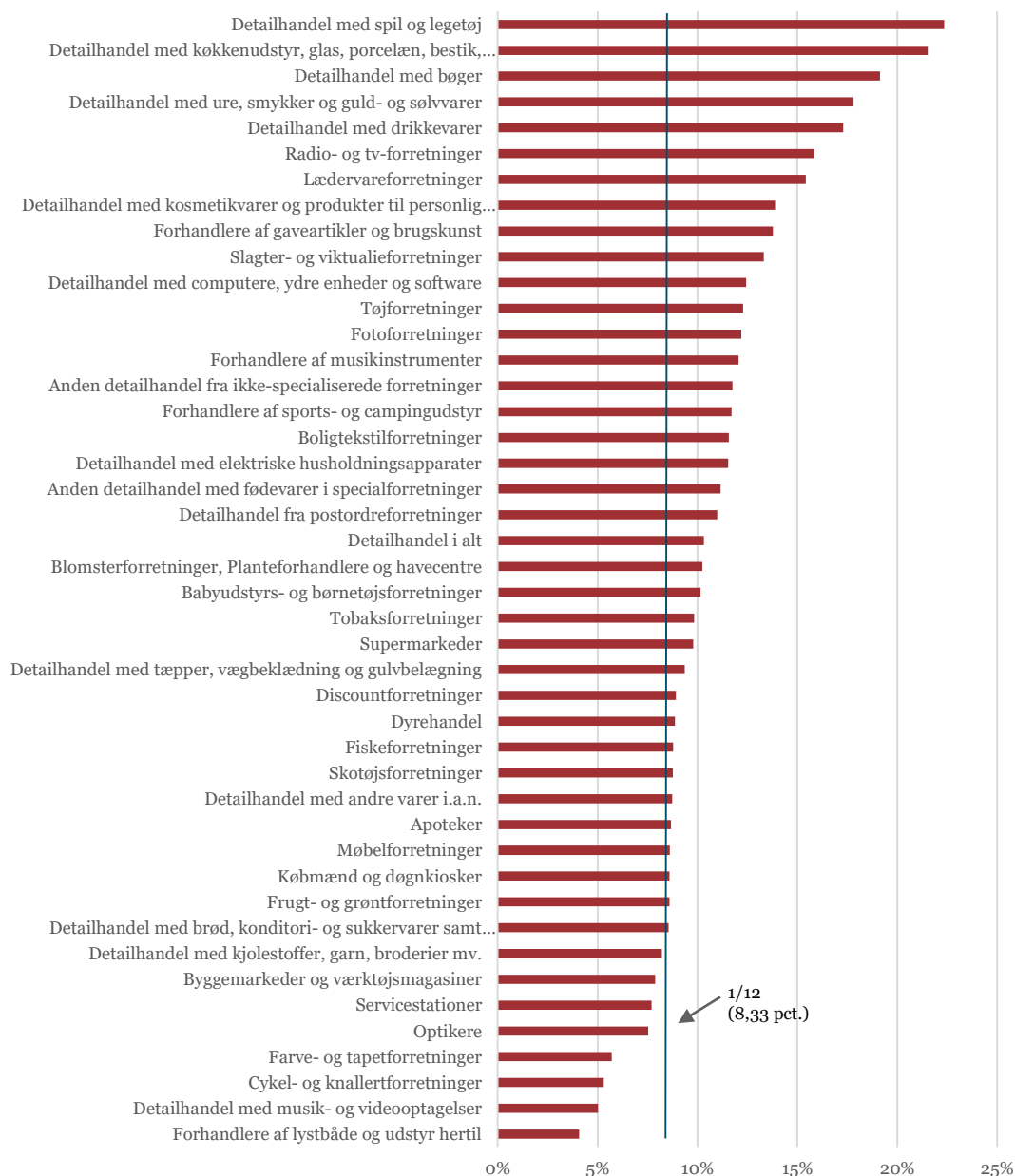
De fleste julehandler på nettet, og en del køber en ret stor del af deres juleindkøb via e-handel

### De fleste brancher har betydelig meromsætning i december

Med en betydelig julehandel i december måned er det oplagt, at der også i langt de fleste detail-underbrancher er en betydelig meromsætning i december. Der er dog også stor forskel på, hvor meget julehøjtiden fylder for de forskellige dele af detailhandlen. Den nedenstående figur 5 opsummerer, hvor stor en procentdel af det samlede salg i 2015, der skete i december. I en gennemsnitlig måned ville det være 1/12 dvs. 8,33 pct. Som det fremgår ligger langt de fleste brancher over denne andel. Nogle åbenlyse sæsonbestemte undtagelser er cykelhandlere, farvehandlere og lystbådeforhandlere. Tilsvarende er det især detailhandel med spil og legetøj, bøger og køkkenudstyr – alle oplagte julegaveidéer – som har meget mersalg i december måned.

Omsætningen fylder mere i december end i en gennemsnitsmåned i langt de fleste brancher

Figur 5

**Omsætningen i december som andel af årets omsætning**

**Kilde:** Norstat for Dansk Erhverv, oktober 2014. n=963, kun personer der julehandler i år

**Anm.:** Se s. 6 for en nærmere beskrivelse af datagrundlag og beregningsmetodik

## Opgørelse af julehandlen

Der findes ikke nogen endegyldig definition på, hvad julehandel er, og hvordan den afgrænses fra anden handel. Ideelt set bør julehandlen udelukkende udgøre den omsætning, som går til julegaver samt juleaktiviteter, der rækker ud over almindelige dagligdagskøb. Rent tidsmæssigt knytter det sig primært til december. Når julehandlen skal måles, støder man imidlertid ind i problemer som følge af statistikkenes begrænsninger. Samtidig bliver man nødt til at gøre nogle antagelser om danskernes forbrugsmønster i december.

For selvom nogle forbrugere i december også køber møbler, forbrugerelektronik, tøj mv. til eget brug, sker det uden tvivl i langt mindre grad end i årets øvrige måneder. Hvis man således blot ser på meromsætningen i december i forhold til årets 11 øvrige måneder, vil den reelle julehandel blive undervurderet. Derfor beregnes julehandlen i denne analyse som meromsætningen i december ift. en "basismåned". Basismåned er defineret som gennemsnittet af årets 3 første måneder, da detailomsætningen er lavest i disse måneder, og ikke påvirket af helligdage (dog kan der altid være en vis usikkerhed, navnlig ved atypisk placering af påsken).

Ved kun at se på meromsætningen i december, fanger man ikke den del af julehandlen, der foregår i løbet af november. Størstedelen af julehandlen ligger i december, men med Black Friday og Cyber Monday har den danske detailhandel dog haft held til at få skabt en vis julehandel i slutningen af måneden, som altså ikke indgår. Til gengæld indeholder opgørelsen også den del af meromsætningen, der falder mellem jul og nytår. Samlet antages disse to fejl i store træk at udligne hinanden, således at opgørelsen alligevel giver et retvisende mål/strømpil for julehandlen.

## Opgørelse af net-julehandlen

Der stilles to åbne spørgsmål til et repræsentativt sample af den voksne danske befolkning: I) "Hvor stort et beløb forventer du at bruge på julehandel i år (dvs. julegaver og andre udgifter du alene har fordi det er jul, fx mad, konfekt, adventskrans, julepynt osv.)? II) Hvor stor en andel af dette beløb forventer du at bruge på køb over internettet (e-handel)? Der ses bort fra personer, der ikke vil bruge penge på julehandel i år. For hver svarperson udregnes det beløb, der forventes brugt på netbaseret julehandel i 2016, dvs. I) gange II). Herefter beregnes summen af de beløb, svarpersonerne samlet forventer at bruge på hhv. julehandel i alt og julehandel via nettet. Ratioen mellem de to udregnede beløb giver 22 pct., svarende til at lidt over en femtedel af den samlede julehandel forventes at blive indkøbt over nettet i år. Estimerne skal ses i lyset af en vis stikprøveusikkerhed, men bør give en rimelig indikation af det omtrentlige niveau.





**▼ OM DENNE UDGAVE**

"Julehandelsprognose for 2016" er 22. nummer af Dansk Erhvervs Perspektiv i 2016. Redaktionen er afsluttet den 19. oktober.

**▼ OM DANSK ERHVERVS PERSPEKTIV**

Dansk Erhvervs Perspektiv udkommer ca. 25 gange årligt og henvender sig til beslutningstagere og meningsdannere på alle niveauer. Ambitionen er at udgøre et kvalificeret og anvendeligt beslutningsgrundlag i forhold til væsentlige, aktuelle udfordringer på alle områder, som har betydning for dansk erhvervsliv og den samfundsøkonomiske udvikling. Det er tilladt at citere fra Dansk Erhvervs Perspektiv med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

**▼ ISSN-NR.: 1904-7894**

Dansk Erhvervs Perspektiv indgår i det nationale center for registrering af danske periodika, ISSN Danmark, med titlen "Dansk Erhvervs perspektiv: Analyse, økonomi og baggrund (online)"

**▼ KVALITETSSIKRING**

Troværdigheden af tal og analyser fra Dansk Erhverv er afgørende. Dansk Erhverv gennemfører egne spørgeskemaundersøgelser i overensstemmelse med de internationalt anerkendte guidelines i ICC/ESOMAR, og alle analyser og beregninger gennemgår en kvalitetssikring.

Denne analyse er offentlig tilgængelig via Dansk Erhvervs hjemmeside. Skulle der beklageligvis og trods grundig kvalitetssikring forefindes fejl i analysen, vil disse blive rettet hurtigst muligt og den rettede version lagt på nettet.

**▼ KONTAKT**

Henvendelser angående analysen kan ske til chefkonsulent Malthe Munkøe på [mmm@danskerhverv.dk](mailto:mmm@danskerhverv.dk) eller tlf. 3374 6510.

Pressehenvendelser angående julehandlen og detailhandlen i øvrigt kan ske til markedschef Henrik Hyltoft på [hhy@danskerhverv.dk](mailto:hhy@danskerhverv.dk) eller tlf. 3374 6217.

**▼ REDAKTION**

Underdirektør Geert Laier Christensen (ansv.), cand. scient. pol.; cheføkonom Steen Bocian, cand. polit.; skattepolitisk chef Jacob Ravn, cand. jur.; chefkonsulent Malthe Mikkel Munkøe, cand. scient. pol., MA; politisk konsulent Morten Jarlbæk Pedersen, cand. scient. pol, ph.d.-stip.; økonom Jens Uhrskov Hjarsbech, cand. polit.; direktionssekretær Lotte Holmstrup

**▼ NOTER**