

Julehandelsprognose 2022

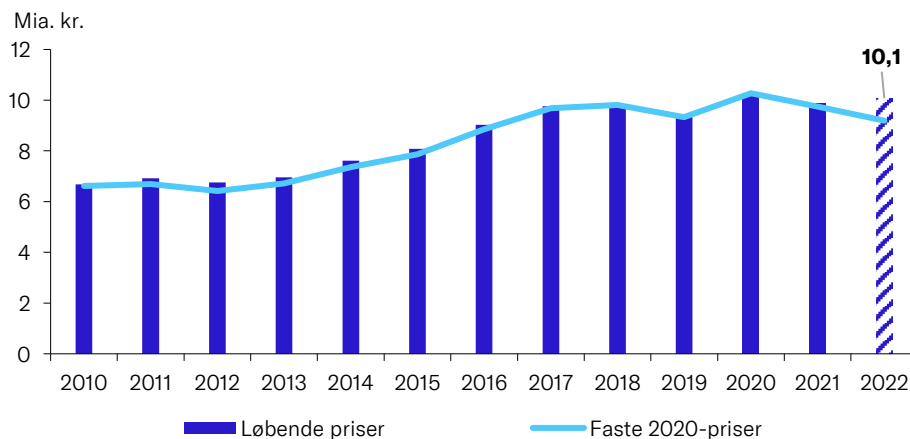
Dansk Erhverv venter, at julesalget i detailhandlen stiger med 0,2 mia. kr. i 2022. Prisstigninger gør dog, at selvom julehandlen stiger, vil kunderne enten få færre varer med hjem eller købe billigere alternativer.

Dansk Erhverv venter, at mersalget i detailhandlen i julemånederne bliver 10,1 mia. kr. i 2022, hvilket er en stigning på 0,2 mia. kr. sammenlignet med 2021.

Når man korrigerer for prisstigninger, er der dog udsigt til, at julesalget falder med 0,5 mia. kr. i 2022 (2020-priser). Prisstigninger gør, at selvom julesalget stiger, vil kunderne enten få færre varer med hjem eller købe billigere alternativer.

De høje prisstigninger er en medvirkende årsag til julesalget korrigeret for prisstigninger falder. De høje prisstigninger presser danskernes pengepung, og det betyder samtidig at forbrugertilliden i dag er på det laveste niveau i statistikkens levetid. Når forbrugernes humør er på frysepunktet, får det forbrugerne til at holde lidt igen, når der handles ind til jul i detailhandlen.

Figur 1: Mersalget i julemånederne



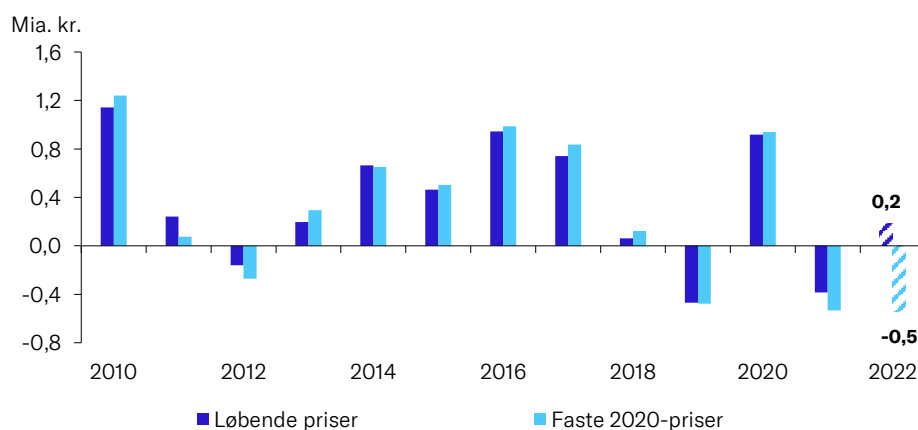
Kilde: Dansk Erhverv

Anm: Dansk Erhverv har defineret julesalget, som mersalget i julemåneder november og december sammenlignet med de øvrige ti måneder hver år. Flere detaljer for metode fremgår til slut i analysenotatet,

Når det er sagt, så er der ikke tale om en voldsom tilbagegang. Der er fortsat udsigt til at julesalget stiger med ca. 0,2 mia. kr. i løbende priser, men korrigeret for prisstigninger ventes julesalget af falde med ca. 0,5 mia. kr. (2020-priser). Normalt plejer udviklingen i løbende og faste priser at følge hinanden, men det er ikke tilfældet i år, fordi prisstigningerne har været så kraftige.

Et tilsvarende billede ser vi i øjeblikket for detailsalget samlet set. I september var detailsalget i løbende priser 3,7 pct. større end september sidste år, men i faste priser er detailsalget 5,4 pct. lavere end for et år siden.

Figur 2: **Ændring i mersalget i julemånederne**



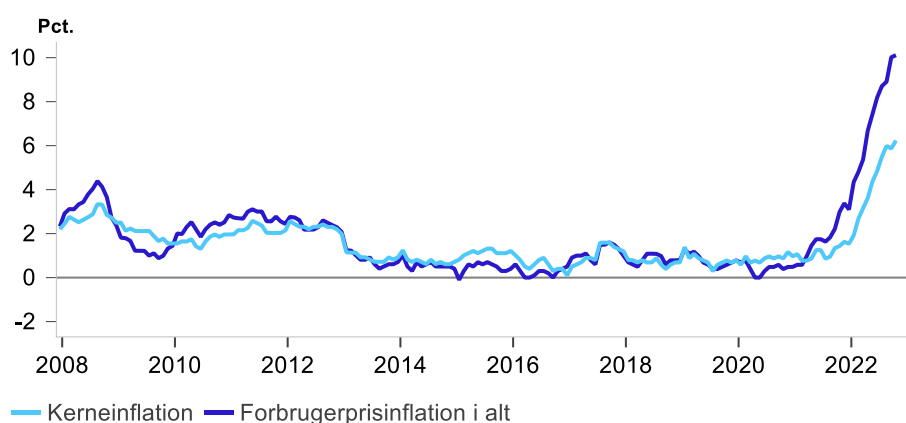
Kilde: Dansk Erhverv

Det er værd at have for øje, at i analysen er julesalget defineret ud fra at være mersalget i julemånederne november og december sammenlignet med årets øvrige 10 måneder. Det er dermed ikke hele omsætningen i julemånederne, hvor kunderne i detailhandlen også køber en række varer, der ikke relaterer sig til julehandlen. Flere detaljer fremgår af metodeafsnittet til slut. I julesalget indgår føde- og drikkevarer samt andre varer, der købes ind i detailhandlen op til jul.

Historisk høje prisstigninger

I løbet af det seneste år er priserne steget kraftigt. I oktober var forbrugerprisinflationen på 10,1 pct., hvilket er den højeste årsstigning i forbrugerprisindekset siden november 1982. Det er især prisstigninger på energi, der sender inflationen i vejret, men det underliggende prispres er også stort. Kerneinflationen, hvor energi og ikke-forarbejdede fødevarer ikke er medtaget, lå på 6,2 pct. i oktober.

Figur 3: **Årlig stigning i forbrugerpriserne**



Kilde: Danmarks Statistik og Macrobond

Priserne er steget på mange forskellige varer. Fødevarerpriserne er det seneste år steget med 16,5 pct., mens priserne på ikke-alkoholiske drikkevarer er steget med 10,8 pct. Andre typiske julegaver er også steget i pris, men dog markant mindre end den samlede inflation. Priserne på beklædning og fodtøj er steget med 4,7 pct. det seneste år, mens priserne på glas, service og husholdningsredskaber blot er steget med 2,3 pct. det seneste år. Tilmed er priserne på Pc'er, tablets mv. faldet med 3,2 pct. det seneste år, mens priserne på skønlitteratur er faldet med 14,6 pct. i løbet af det seneste år.

Tabel 1: **Årlig stigning i priser på udvalgte varer, oktober 2022**

	Pct.
Forbrugerpriser i alt	10,1
Fødevarer	16,5
Drikkevarer, Ikke-alkoholiske	10,8
Beklædning og fodtøj	4,7
Møbler og boligudstyr	15,1
Glas, service og husholdningsredskaber	2,3
Mobiltelefoner	5,2
PC'er, tablets mv.	-3,2
Skønlitteratur	-14,6

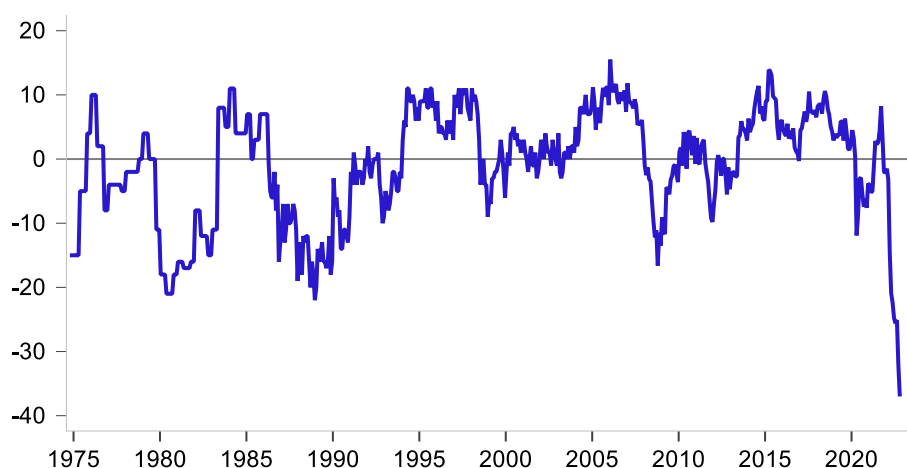
Kilde: Danmarks Statistik

Forbrugertillid er faldet kraftigt

Optimismen er fuldstændig forsvundet for de danske forbrugere, der er bekymrede for både egen og Danmarks økonomi. Forbrugertilliden er på et historisk lavpunkt i statistikkens 48-årige levetid. Forbrugernes optimisme er i dag på et lavere punkt end under oliekriser og finanskrisen. Det understreger, at danskernes privatøkonomi er ekstraordinært presset, fordi priserne stiger voldsomt.

Forbrugernes humør er helt på frysepunktet. De historisk høje prisstigninger gør ondt på danskernes pengepung, og giver forbrugerne meget store økonomiske panderynker. Samtidig er renterne steget kraftigt siden årets begyndelse, og forbrugerne kan for nemme at fremtidsudsigterne for dansk økonomi er kraftigt svækket.

Figur 4: **Forbrugertillid i Danmark**

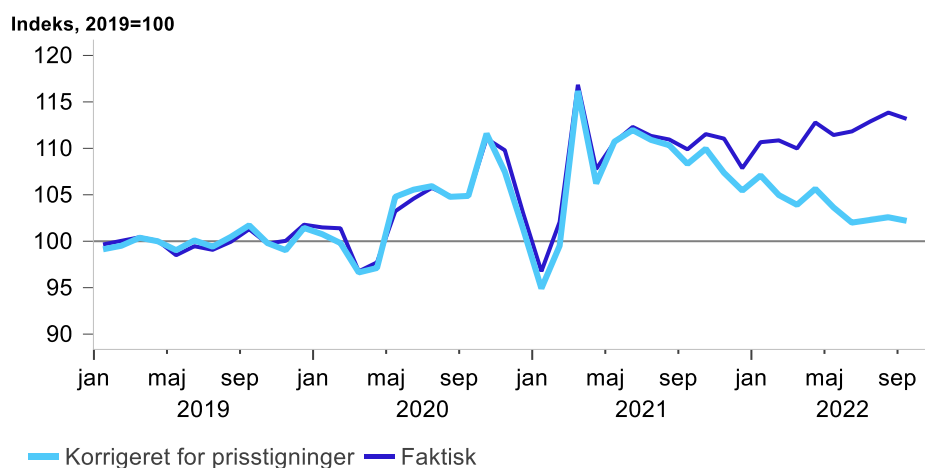


Kilde: Danmarks Statistik og Macrobond

Til trods for at forbrugertilliden har været i kulkælderens det meste af 2022, har detailsalget udviklet sig nogenlunde stabilt. Danskerne bruger nogenlunde lige så mange penge i detailhandlen som tidligere, men de store prisstigninger gør, at de får færre varer med hjem. Trods dalene forbrug korrigeret for prisstigninger, er der dog på ingen måde tale om et drastisk fald. Tværtimod er forbruget stadig på et fornuftigt niveau.

Under normale omstændigheder ville så lav forbrugertillid udløse markant større fald i detailsalget end vi har været vidne til. På sigt vil den lave forbrugertillid kunne mærkes ved at danskerne holder mere igen med forbruget.

Figur 5: **Detailsalget i Danmark, sæsonkorrigeret**



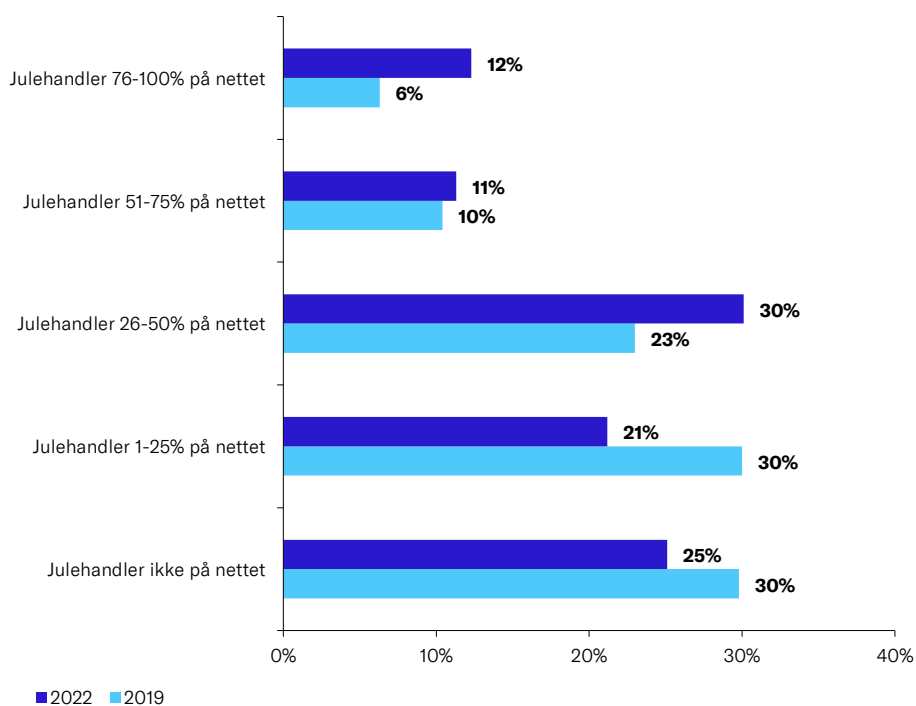
Kilde: Danmarks Statistik og Macrobond

Fortsat tiltagende e-julehandel

Det er populært som aldrig før for danskerne at handle ind til jul på nettet. Det så vi særligt i 2020, hvor smittespredningen af Covid-19 satte yderligere fart på e-handlen op til jul. På baggrund af en befolkningsundersøgelse, som Norstat har foretaget for Dansk Erhverv, er forventningen, at 37 pct. af julehandlen i år vil foregå på nettet. Det svarer til ca. 3,7 mia. kr. Det er et markant hop i forhold før pandemien i 2019, hvor forventningen var at 27 pct. af julehandlen ville foregå via internettet.

Årsagen til stigningen går på to ben. Flere julehandler på nettet og de, der julehandler på nettet, handler mere. I 2019 var det 70 pct. af danskerne, der forventede at handle til jul på nettet. I år er andelen steget til 75 pct.

Figur 6: **Fordeling af julehandlen på nettet**



Kilde: Norstat for Dansk Erhverv, november 2022 n=994 og oktober 2019 n=978. Kun personer, der julehandler, er medtaget i figuren. Nærmere metode fremgår af side 7.

Anm: Afrunding kan medføre, at tallene ikke summer til 100 pct.

Metode

Det er ikke alle indkøbene i julemånederne, november og december, der kan beregnes som julehandel. Der er en række udgifter, som en husstand vil afholde under alle omstændigheder, og derfor ikke har noget med julehandel at gøre. F.eks. vil danske husstande under alle omstændigheder købe mad og andre dagligvarer.

Der er ikke en endegyldig definition af julehandel, og hvordan det er afgrænset fra anden handel. Ideelt bør julehandlen udelukkende udgøres af det merforbrug i detailhandlen, der findes i november og december, som kan henføres til julen. Det er dog vanskeligt i praksis.

Dansk Erhverv opgør julehandlen som merforbruget i detailhandlen i november og december sammenlignet med en almindelige måned, der ikke er påvirket af fx julehandlen. Den almindelige måned er beregnet ved et gennemsnit af forbruget i detailhandlen i januar til oktober samme år. Dansk Erhvervs estimat for julehandlen giver således et billede af, hvor meget mere aktivitet, der er i detailhandlen i julemånederne sammenlignet med resten af året

Man skal være opmærksom på, at der bliver udarbejdet andre estimater på julehandlen, der i modsætningen til Dansk Erhvervs opgørelse, ikke tager udgangspunkt i merforbruget, men i stedet tager udgangspunkt i det samlede detailsalg i julemåned.

Dansk Erhverv har udarbejdet prognosen på baggrund af data fra Danmarks Statistiks Nationalregnskab, Danmarks Statistiks detailomsætningsindeks, Danmarks Statistiks forbrugertillid, ADAM's databank samt en befolkningsundersøgelse udarbejdet af Norstat for Dansk Erhverv.

Metode: Opgørelse af e-julehandel

Til opgørelse af e-julehandlen har Norstat for Dansk Erhverv stillet to åbne spørgsmål til en repræsentativ stikprøve af den voksne del af den danske befolkning:

- 1) "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.)?"
- 2) "Hvor stor en andel af dette beløb forventer du at bruge på køb over internettet (e-handel)?"

På den baggrund udregnes et vægtet gennemsnit på baggrund af respondenterne. I opgørelsen ses der bort fra personer, der vil bruge mindre end 100 kr. på julehandel i 2022.

Om dette notat

Arbejdet med analysenotatet er afsluttet den 18. november 2022.

Om Dansk Erhvervs Analysenotater

Dansk Erhverv udarbejder løbende analyser, som samles i analysenotater. 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 analysenotater med tydelig henvisning til Dansk Erhverv.

Kontakt

Henvendelser angående analysen kan ske til seniorøkonom Kristian Skriver på 28 19 81 54 eller kso@danskerhverv.dk