



Varehandelsrapporten 2016

Varehandelsrapporten 2016 – hovedtrekk

- Vekst i varehandelen både nasjonalt og på Nord Jæren (til tross for oljenedgang)
- Prisstigning på klær og sko før første gang siden 1997, men mye lavere enn forventet
- Nord Jæren har oppgang i alle varegrupper med unntak av klær/sko og møbler/elektro
- Stor nedgang for klær/sko på de fleste handelssentrene
- Nedgang for møbler/elektro selv med høy prisstigning
- Befolkningsveksten har falt , men fortsatt oppgang, noe som støtter varehandelen

Varehandel – hva er det?

Dagligvarer

Sport og spill

Internett

Annen utvalgshandel

Byggevarer

Møbler og elektro

Klær og sko

Disse holdes utenfor i sum:

Båter

Biler

Vinmonopolet

Bensin og diesel

Taxfree



Varehandel – landet totalt

	2013	2014	2015
Norge	366.000.000.000	380.000.000.000	396.000.000.000
Rogaland	33.700.000.000	35.000.000.000	35.600.000.000
Hordaland	37.000.000.000	38.500.000.000	40.000.000.000
Agder	20.900.000.000	21.700.000.000	22.600.000.000



42%
Dagligvare/kiosk



26%
Øvrig butikkhandel



8%
Klær



6%
Byggvare



5%
Møbel



4%
Elektro



4%
Sport



3%
Bredt vareutvalg
ellers



1%
Kosmetikk



1%
Sko

Norge

- Vekst i varehandelen på 3,8 % - liten nedgang i veksten sammenlignet med året før
- Vi handlet for nesten 396 milliarder kroner i 2015
- Størst vekst i bygg og jernvarer siden 2009 og i 2015

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Detaljvarer	366.436	381.138	395.808	21,4 %	3,8 %
Dagligvarer	162.632	169.151	174.147	21,8 %	3,0 %
Klær og sko	40.117	40.151	40.918	18,8 %	1,9 %
Annen utvalgshandel	67.738	70.717	74.515	22,9 %	5,4 %
Sportsutstyr og leker	15.605	16.162	17.120	22,5 %	5,9 %
Møbler og elektro	36.716	37.048	38.717	13,8 %	4,5 %
Bygg og jernvarer	30.477	34.327	36.591	42,8 %	6,6 %

OMSETNINGSTALL I BYGGEVAREBRANSJEN TUNGT PÅ SØR- OG VESTLANDET

Vokser på proffene

HANDEL: Optimera er klart størst på byggevarer i Norge, og ser ut til å ha større fart enn de fleste konkurrentene med en vekst på 11 prosent hittil i år.

JOHN FULLER
JOHN FULLER/FRANSLYSENING
JØRGEN HYVANG
JØRGEN HYVANG/FRANSLYSENING

Tall fra hovedorganisasjonen Virke viser at de største aktørene i byggevarebransjen rapporterer en vekst på 4,1 prosent de fire første månedene i år. Når den største aktøren vokser med 11 prosent, er det langt mindre vekst å fordele på de andre aktørene.

– At markedet vokser med 4 prosent er veldig bra, og vi er fornøyd med en organisk vekst på 11 prosent, sier Optimera-sjef Asbjørn Vennebo.

Selskapet har omsatte byggevarer for 6,8 milliarder kroner i fjor. I 2015 hadde de også en vekst på rundt 10 prosent, men det er fortsatt lav lønnsomhet. Et driftsresultat på 3,4 prosent.

kjeden, kommer fra satsingen på prefabrikerte produkter. Fendige elementer som gjør byggeprosessen mer effektiv for entreprenører og byggmestere.

– Det er investeringer vi har gjort for flere år siden som nå gir resultater. Vi har et stort team med ingeniører med teknisk kunnskap som gjør at vi kan konkurrere i dette segmentet. Det gjelder blant annet flere prefabrikkeringsanlegg og satsing på verktøy, festemidler og kjøkken, forteller Vennebo.

Høy proffandel

Konkurrenten Coop har investert tungt i mange nye varehus og store markedsføringskampanjer. De har bevisst gått etter privatmarkedet og økt sin markedsandel kraftig.

Byggevaremarkedet - 1. tert. 2016

(Prosent)	Proff	Privat	Total
Birkefjord	3,3	-1,7	1,6
Akershus	10,8	-0,9	10,6
Oslo	7,4	3,9	6,1
Hedmark	12,8	-0,5	7,0
Oppland	21,2	-0,9	15,0
Buskerud	7,4	-5,4	3,6
Vestfold	8,0	-5,1	3,9
Telemark	14,5	-1,2	7,5
Aust-Agder	15,8	-13,3	7,9
Vest-Agder	6,4	5,9	6,3
Rogaland	-5,9	-5,4	-5,7
Hordaland	-2,5	6,4	0,7
Sogn og Fjordane	11,1	-3,2	3,8
Møre og Romsdal	-3,1	-8,9	-6,0
Stor-Trøndelag	13,6	0,2	7,1
Nordland	13,4	5,0	9,2
Troms	7,6	-6,5	1,3



Det koker i Oppland og Akershus

Rogaland

- Vekst under det nasjonale gjennomsnittet som var på 3,8 %
- Størst vekst i annen utvalgshandel i 2015
- Størst vekst i bygg og jernvarer og annen utvalgshandel siden 2009

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Detaljvarer	33.784	35.014	35.562	5,3 %	1,6 %
Dagligvarer	14.509	15.143	15.524	7,0 %	2,5 %
Klær og sko	3.808	3.831	3.739	-1,8 %	-2,4 %
Annen utvalgshandel	6.237	6.576	6.759	8,4 %	2,8 %
Sportsutstyr og leker	1.447	1.513	1.549	7,0 %	2,4 %
Møbler og elektro	3.818	3.735	3.722	-2,5 %	-0,3 %
Bygg og jernvarer	2.853	3.068	3.092	8,4 %	0,8 %

Nord-Jæren

- Stavanger, Sandnes, Sola, Randaberg og Rennesøy
- Omsatt for 20 milliarder kroner i 2015
- Handelen økte med 1,3 % i 2015, dagligvarer trekker veksten opp

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Detaljvarer	19.376	20.029	20.295	20,7 %	1,3 %
Dagligvarer	7.588	7.927	8.136	22,9 %	2,6 %
Klær og sko	2.377	2.420	2.334	17,3 %	-3,6 %
Annen utvalgshandel	3.726	3.895	3.969	26,7 %	1,9 %
Sportsutstyr og leker	929	978	999	10,5 %	2,1 %
Møbler og elektro	2.628	2.557	2.528	4,7 %	-1,2 %
Bygg og jernvarer	1.220	1.316	1.362	55,8 %	3,5 %

Nord-Jæren - kommuner

- Rennesøy høyest vekst siden 2009
- Randaberg høyest vekst i 2015
- Sandnes og Sola kommune betydelig svakere vekst i 2015

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Randaberg	562	583	604	32,6 %	3,5 %
Rennesøy	141	148	151	43,1 %	2,2 %
Sandnes	7.034	7.355	7.416	18,0 %	0,8 %
Sola	1.549	1.620	1.629	39,7 %	0,6 %
Stavanger	10.090	10.322	10.495	19,2 %	1,7 %
Totalt	19.376	20.029	20.295	20,7 %	1,3 %

Befolkningsvekst er en viktig driver for handel

Befolkning	01.jan.09	01.jan.15	01.jan.16	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Nasjonalt	4.799.252	5.165.802	5.213.985	8,6 %	0,9 %
Rogaland	420.574	466.302	470.175	11,8 %	0,8 %
Hordaland	469.681	511.357	516.497	10,0 %	1,0 %
Agder	275.592	295.644	298.486	8,3 %	1,0 %

Handel	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Nasjonalt	381,1	395,8	21,4 %	3,8 %
Rogaland	35,0	35,6	20,5 %	1,6 %
Hordaland	38,7	40,0	21,5 %	3,1 %
Agder	21,9	22,6	19,9 %	3,3 %

Kilde: SSB

Kilde: SSB via Varehandelsrapporten 2015, tall i milliarder kr

Befolkningsvekst er viktig driver for varehandelen

Befolkningsveksten har avtatt litt fra 2014 til 2015 pga mindre innvandring

Befolkningsvekst nær nasjonalt snitt for fylkene i regionen

Fortsatt ganske god befolkningsvekst i 2015, men noe avtakende med svakere økonomi og lavere innvandring

Sammenligning av de største byene

Befolkningsvekst	01.jan.15	01.jan.16	Vekst 2015
Nasjonalt	5.165.802	5.213.985	0,9 %
Bergen	275.112	277.391	0,8 %
Stavanger	132.102	132.644	0,4 %
Sandnes	73.624	74.820	1,6 %
Kristiansand	87.446	88.447	1,1 %

Kilde: SSB

Handel	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Nasjonalt	381,1	395,8	21,4 %	3,8 %
Bergen	24,3	25,0	22,2 %	3,0 %
Stavanger	10,3	10,5	19,2 %	1,7 %
Sandnes	7,4	7,4	18,0 %	0,8 %
Kristiansand	7,6	7,8	15,8 %	2,2 %

Kilde: SSB, i milliarder kroner

Sandnes fortsatt klart høyest befolkningsvekst (uten at det løfter varehandelen i særlig grad)
I Stavanger er veksten 0,4%, som er halvparten av veksten i 2015 (1%)

Svakere krone kan bidra til prisoppgang på klær for første gang siden 1997



Mange plagg til lav pris har vært salgssuksessen til klesbransjen de siste årene. Nå tror Virke at prisene vil øke. Her fra butikken Voice of Europe på Gunerius i Oslo.

Næringsliv Handel

Spår første prisoppgang siden 1997

Klesbransjen kan få den første prisoppgangen siden 1997, ifølge Virkes konjunkturbarometer. Nå kan lavpristrenden være på retur.

Lars Kristian Solem

Publisert: 23.03.2015 – 12:06 Oppdatert: 23.03.2015 – 15:33

Prisoppgang på nær 2,1% i 2015

Men betydelig høyere prisvekst for møbler og husholdningsartikler

Prisendring (%)	2011	2012	2013	2014	2015
Prisvekst (KPI)	1,2	0,8	2,1	2,0	2,1
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	-0,1	1,2	1,1	3,0	2,9
Klær og skotøy	-3,0	-1,3	-2,0	-0,6	0,4
Møbler og husholdningsartikler	-0,6	0,1	0,4	3,2	5,2
Andre varer og tjenester	2,8	3,3	1,9	2,5	1,9

Kilde: SSB

- Prisene økte med 2,1 % i fjor, en liten økning sammenlignet med året før. Oppgang for en del grupper, lavere energipriser demper imidlertid KPI
- Fortsatt prisoppgang på matvarer til tross for «priskrig på sesongvarer i desember»
- Prisene på klær og skotøy har hatt negativ prisvekst de siste årene, men i 2015 snudd til positiv prisvekst (importert inflasjon)
- Betydelig høyere prisvekst på møbler og husholdningsartikler (importert inflasjon)
- Lavere prisvekst for andre varer og tjenester (lønn dominerende faktor, moderat lønnsoppgjør i 2015)

Nord-Jæren - handelssentre

- Lura er regionens største handelssenter
- Stavanger er nest størst
- Madla og Forus hadde sterkest vekst i 2015
- Tasta har hatt sterk vekst siden 2009 pga. Tastasenteret. Lavere vekst i 2015

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Forus	1.307	1.302	1.329	9,5 %	2,1 %
Hillevåg-Mariero	2.057	2.080	2.110	15,6 %	1,4 %
Hinna	450	485	492	18,2 %	1,4 %
Lura	3.645	3.807	3.767	12,1 %	-1,1 %
Madla	1.122	1.135	1.172	24,8 %	3,2 %
Sandnes Sentrum	2.014	2.170	2.197	15,9 %	1,2 %
Sola	1.053	1.112	1.115	-45,4 %	0,3 %
Stavanger sentrum	2.548	2.605	2.612	0,7 %	0,2 %
Tasta	743	782	786	159,6 %	0,6 %
Andre områder	4.438	4.551	4.715	111,6 %	3,6 %
Totalt	19.376	20.029	20.295	20,7 %	1,3 %

Stavanger sentrum

- Stavanger sentrum hadde omtrent ingen endring i 2015, men svak positiv trend de siste årene
- Veksten løftes av dagligvarer og annen utvalgshandel
- Møbler og elektro forsvinner ut – trenden fortsatte i 2015

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Detaljvarer	2.548,4	2.605,3	2.611,7	0,7 %	0,2 %
Dagligvarer	790,8	840,8	882,2	20,7 %	4,9 %
Klær og sko	691,0	679,5	644,2	8,3 %	-5,2 %
Annen utvalgshandel	742,8	776,2	794,4	5,6 %	2,3 %
Sportsutstyr og leker	107,4	123,0	117,0	17,0 %	-4,9 %
Møbler og elektro	151,5	128,8	115,1	-34,6 %	-10,6 %
Bygg og jernvarer	15,8	14,3	13,7	-81,5 %	-4,3 %

Sandnes sentrum

- De to største varegruppene er dagligvarer og annen utvalgshandel
- Lavere vekst i 2015 som trekkes ned av møbler og elektro
- Høy vekst i annen utvalgshandel

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Detaljvarer	2.014	2.170	2.197	15,9 %	1,2 %
Dagligvarer	660	703	727	12,6 %	3,5 %
Klær og sko	363	407	390	25,8 %	-4,1 %
Annen utvalgshandel	485	551	579	19,9 %	5,2 %
Sportsutstyr og leker	106	114	119	-14,5 %	4,2 %
Møbler og elektro	135	118	87	31,1 %	-26,4 %
Bygg og jernvarer	186	213	207	42,2 %	-2,8 %

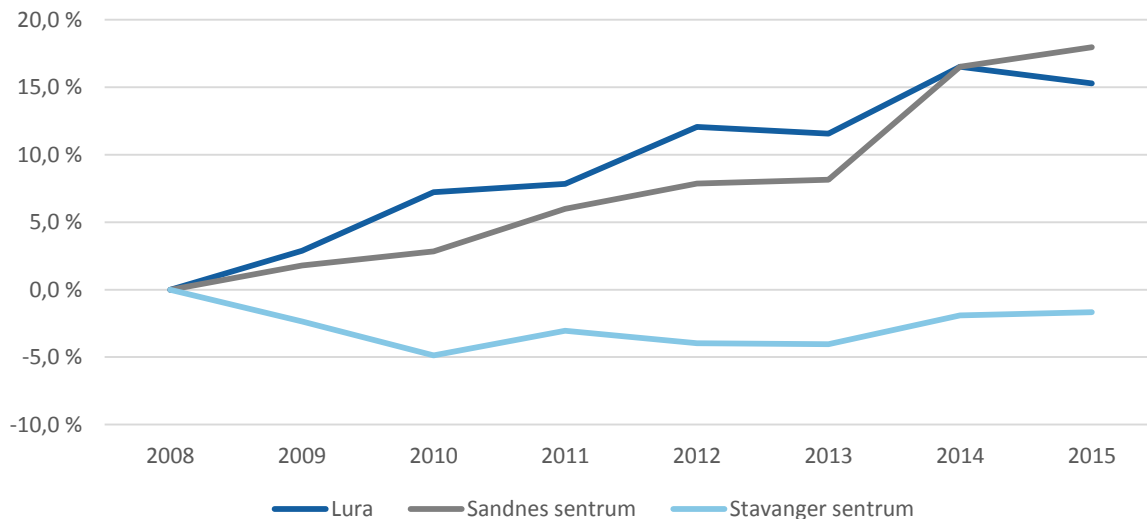
Lura

- Eneste handelssenter med negativ vekst
- Størst nedgang i dagligvarer og klær i 2015
- Størst vekst i annen utvalgshandel i 2015

Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Detaljvarer	3.645	3.807	3.767	12,1 %	-1,1 %
Dagligvarer	453	452	424	4,9 %	-6,1 %
Klær og sko	633	599	573	6,2 %	-4,4 %
Annen utvalgshandel	657	678	696	9,9 %	2,6 %
Sportsutstyr og leker	213	226	222	8,3 %	-1,5 %
Møbler og elektro	1.407	1.526	1.538	17,9 %	0,8 %
Bygg og jernvarer	198	245	249	99,9 %	1,5 %

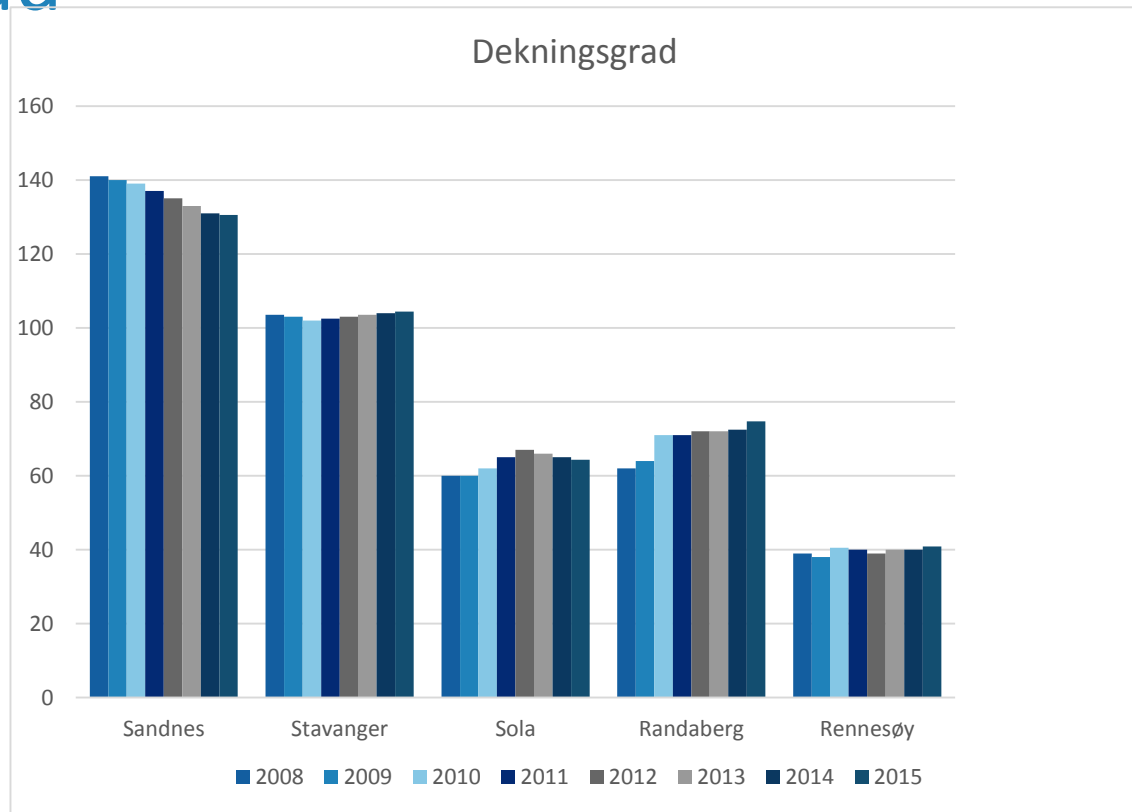
Stavanger sentrum vs. Lura og Sandnes sentrum

- Lavere vekst på Lura og i Sandnes sentrum sammenlignet med Stavanger sentrum
- Stavanger sentrum har hatt nedgang på ca 2 % siden 2008, men svak positiv trend de siste årene
- Sandnes sentrum og Lura har hatt vekst på henholdsvis 18 % og 15 % siden 2008
- Sandnes sentrum høyere vekst enn Lura for første gang siden 2008

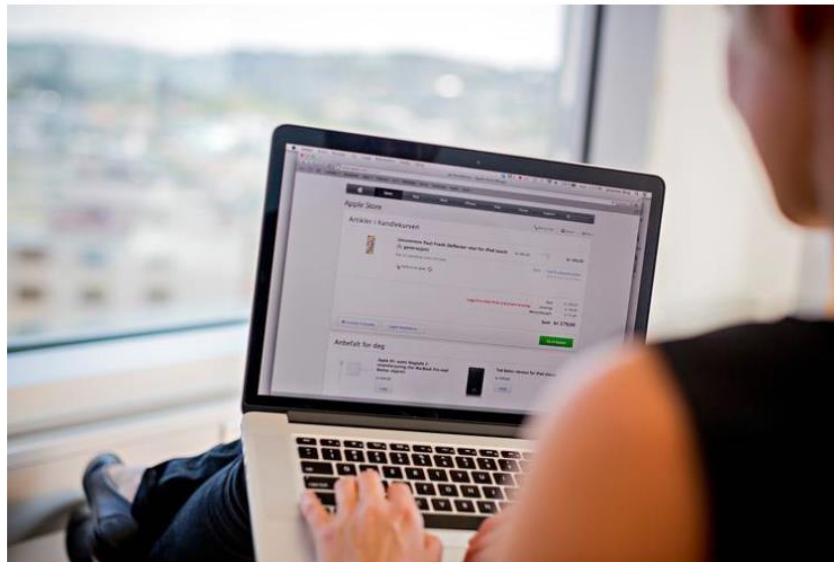
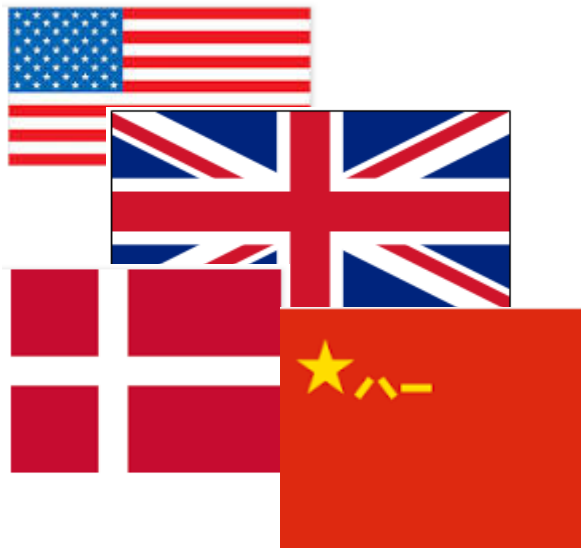


Handelsoverskudd

- Stavanger og Sandnes har et handelsoverskudd
- Sandnes har høyest handelsoverskudd, men fallende
- Stavangers svakt økende trend fortsetter
- Sola fortsetter å falle
- Randaberg har størst oppgang i dekningsgraden



«Harryhandel» uten grenser – to av tre kjøp går ut av landet



Antall nettkjøp har virkelig tatt av, viser rapporten, fra under 50 millioner kjøp årlig i 2010 til 130 millioner i fjor. To av tre kjøp går ut av landet. Illustrasjonsfoto: Johannes Worsøe berg

Næringsliv Netthandel

To tredjedeler av nettbetalingene går til utlandet

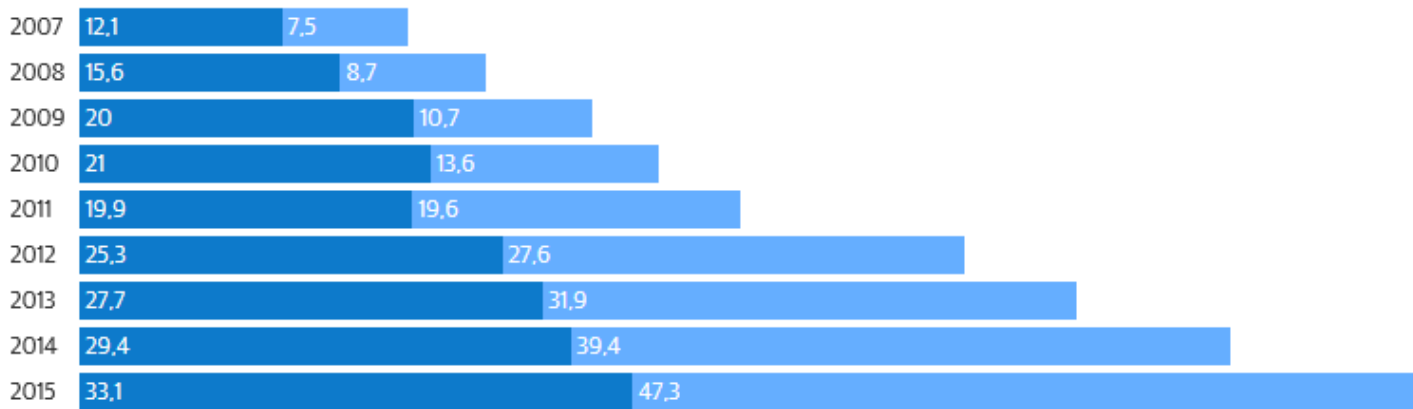
Netthandelen vokser svært kraftig – og nesten hele veksten skjer i butikker utenfor Norge. Norske nettbutikker taper kampen.

Høyere snittverdi for nettkjøp enn butikkjøp

Verdi av kjøp over internett betalt med kort

Tall i milliarder kroner. Kjøp i butikker registrert som .no-domener regnes som norske.

■ Internettkjøp i Norge ■ Internettkjøp i utlandet



DN Dagens
Næringsliv

Et bilmarked i betydelig endring

- Bilsalget nådde rekordnivå i 2015 med 150 686. Opp 4,5 % fra 2014. Rogaland ned -1,3%
- Elbiler fikk i 2015 en markedsandel på 17,1% (opp fra 12,5% i 2014)
- Salget av ladbare hybridbiler økte med hele 374% pga økt tilbud
- Hittil i 2016 (mai) er antall nyregistrerte personbiler: Norge +6,5%,
- Rogaland -2,5%,

Rekordhøyt bilsalg i 2015



·Vi måtte nå en yngre målgruppe, og det gjorde vi med A-klasse, sier Reidar Holtedahl, som er konstituert direktør for Mercedes Norge. Foto: Per Thrana

Bil Bilsalg

-Ingen unnskyldninger lenger

Den nye norske Mercedes-sjefen har forklaringen for hvorfor bilmerket er av de som vokser mest i tidenes nest beste bilmarked.

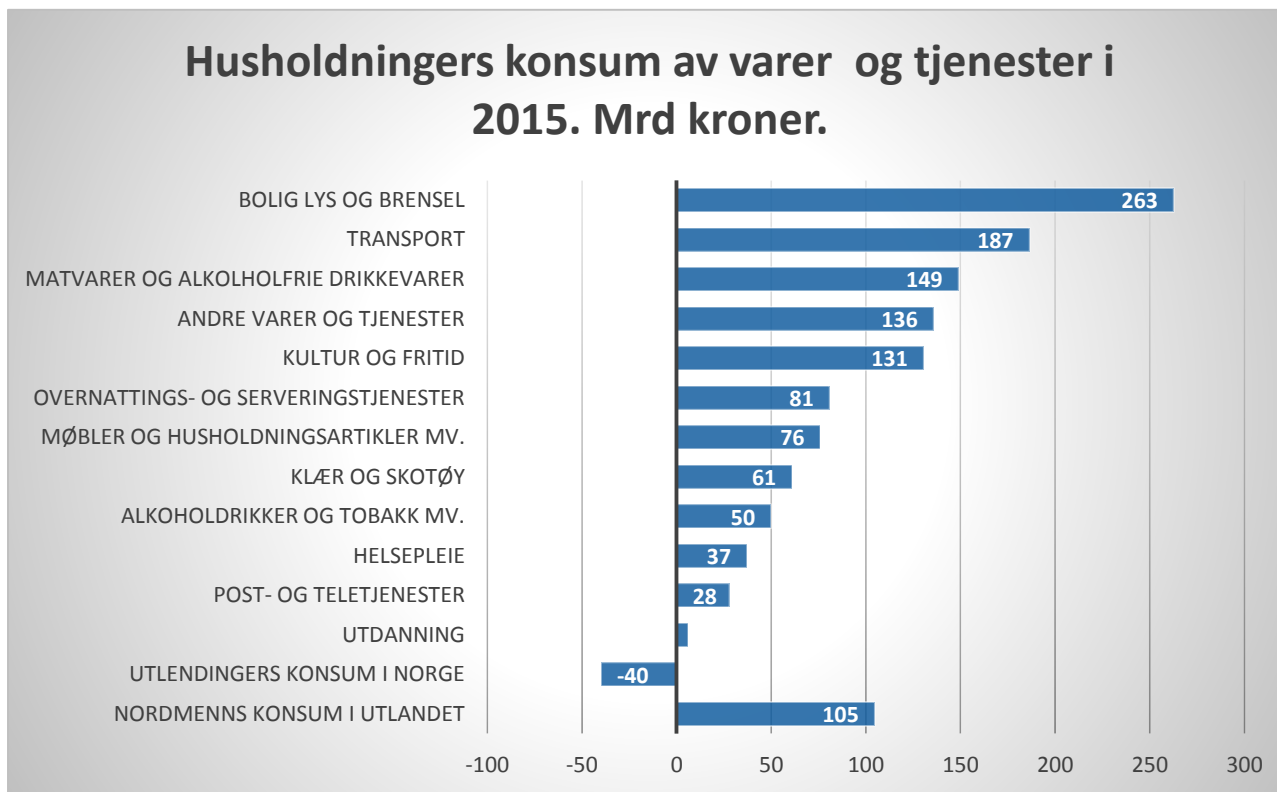


Embret Sæter

Publisert: 05.01.2016 – 20:45 Oppdatert: 05.01.2016 – 21:26



Husholdningenes konsum av varer og tjenester



Vi bruker mer på tjenester

Nå vekst på helsefranchise

Vokste 42 prosent i fjor

HELSE: Demografien tilsier vekst, sier Tonje Grave, sjef i gründeride Prima Omsorg. Nå er bedriften i ferd med å etablere seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

AV KJETIL HOFSTAD

Etter to uker uten drøye ferie og på ferie i fjor har bedriften vokst seg langt ut fra å drive helse- og omsorgstjenester. I tillegg til å drive helse- og omsorgstjenester, har bedriften etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

» Hvis kundene appellerer at våre ansatte jobber i et stoppløkkeregime har ikke vi gjort jobben vår

med helse for eldre, men også for barn. Bedriften er organisert som et helsekonsept, og har 12 anlegg rundt om i landet. 10 av anleggene er driftet som franchise, mens de siste to er egne. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Prima Omsorg er etablert i Oslo, og har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.

Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift. Bedriften har etablert seg som riksdekkende helse- og omsorgsbedrift.



KRAFTIG VEKST: Utbygging til et stort nett av nye anlegg, for å gjøre virksomheten mer effektivt og effektivt.

Utbygging til et stort nett av nye anlegg, for å gjøre virksomheten mer effektivt og effektivt.

Utbygging til et stort nett av nye anlegg, for å gjøre virksomheten mer effektivt og effektivt.

Utbygging til et stort nett av nye anlegg, for å gjøre virksomheten mer effektivt og effektivt.

PRIMA OMSORG: Tonje Grave/Prima Omsorg, 10 års erfaring med helse- og omsorgstjenester.

10 års erfaring med helse- og omsorgstjenester.

10 års erfaring med helse- og omsorgstjenester.

10 års erfaring med helse- og omsorgstjenester.

Prima Omsorg	2015	2016
Omsetning	44,2	49,3
Driftsinntekt	2,8	3,1
Resultat før skatt	3,2	3,3
Resultat	2,8	3,1



Flytrafikken

- 25 millioner passasjerer reiste over Oslo Lufthavn, økning på 1,7%
- 4,5 millioner passasjerer reiste over Stavanger Lufthavn. En nedgang på 4,3%
- De andre store flyplassene har også en nedgang



Overnattinger ved hotell og andre overnattingsbedrifter

Overnattinger (2014-2015)	Overnattinger i alt	Kurs, konferanse og yrke	Ferie og fritid
Nasjonalt	6 %	-1 %	13 %
Rogaland	-3 %	-12 %	13 %
Hordaland	9 %	3 %	14 %
Agder	-1 %	-14 %	21 %

Oppgang nasjonalt i 2015 som følge kraftig oppgang i ferie/fritid (svakere krone)

Alle fylkene markert opp på ferie/fritid

Blandet blant fylkene i regionen hva gjelder kurs, konferanse og yrke

Hordaland god oppgang og høyere enn nasjonalt (mer diversifisert næringsliv)

Oljenedgang trekker ned Rogaland og Agder

Svakere shoppingtall også inn i 2016

Generelt lavere reallønn for husholdningene (høyere prisvekst enn lønnsvekst)



Økonomi Detaljhandel

Overraskende svake shoppingtall

Detaljhandelen utviklet seg svakere enn ventet i april.



Einar Takla

Publisert: 30.05.2016 — 10:01 Oppdatert: 30.05.2016 — 10:15



Turtøyprodusent skrer opp prisene

Kaller dollarutviklingen «brutal».

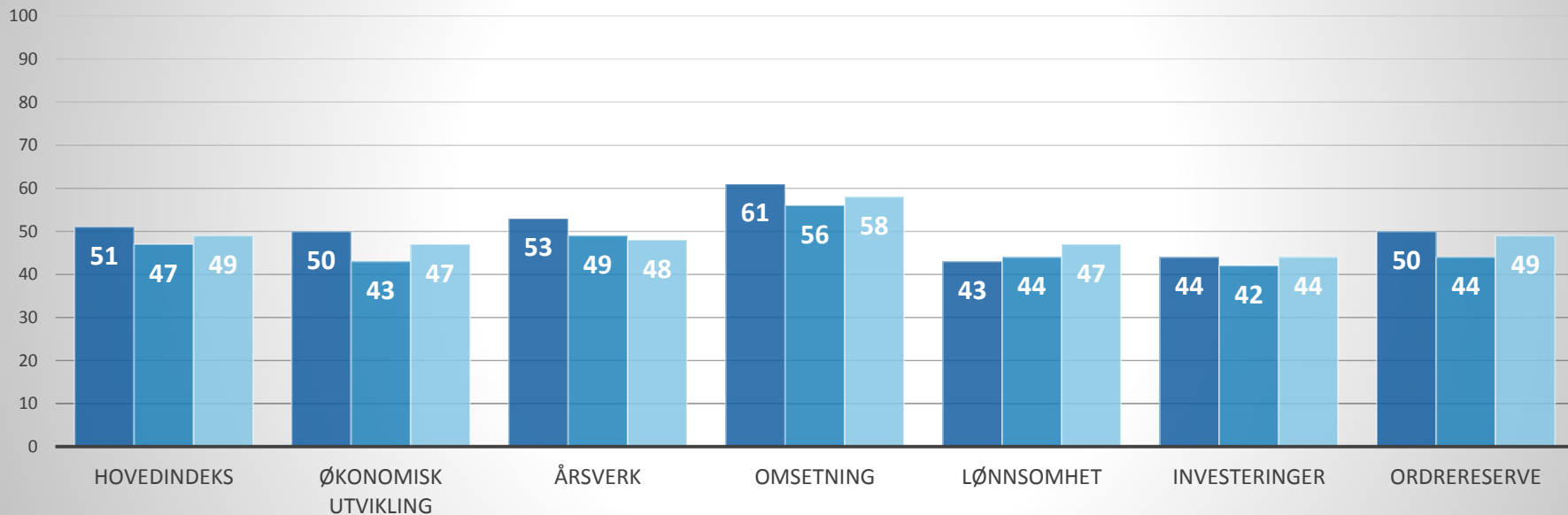
Næringsliv Handel

Stemningen blant Varehandels bedriftene

– hovedindeks og delindekser

Andel i % som venter oppgang (resten venter nedgang)

■ aug.15 ■ nov.15 ■ apr.16



Innspill fra varehandelsbransjen

- Hvordan er utviklingen så langt i år?
 - Kundene er mer **prisbevisste**
 - Mer **kynisk** spill på salg. Drevet av de store kjedeaktørene
 - Vanskelig å ta ut hele **valutapåslaget** overfor kundene
- Hva overrasker deg mest så langt i år?
 - God **aktivitet** hos mange aktører. Lite ledighet på gateplan
 - Mange som ønsker å etablere seg
 - Mye **optimisme** i bransjen
- Hvem blir morgendagens vinnere?
 - De som klarer å tilby et **helhetlig konsept, identitet**
 - Aktører som er på **flere salgskanaler** samtidig
 - Tilpasser konseptet til sesongen og er generelt **endringsvillig**
 - Jobber med å utvikle gode **butikkansatte** og gode team i butikkene

