



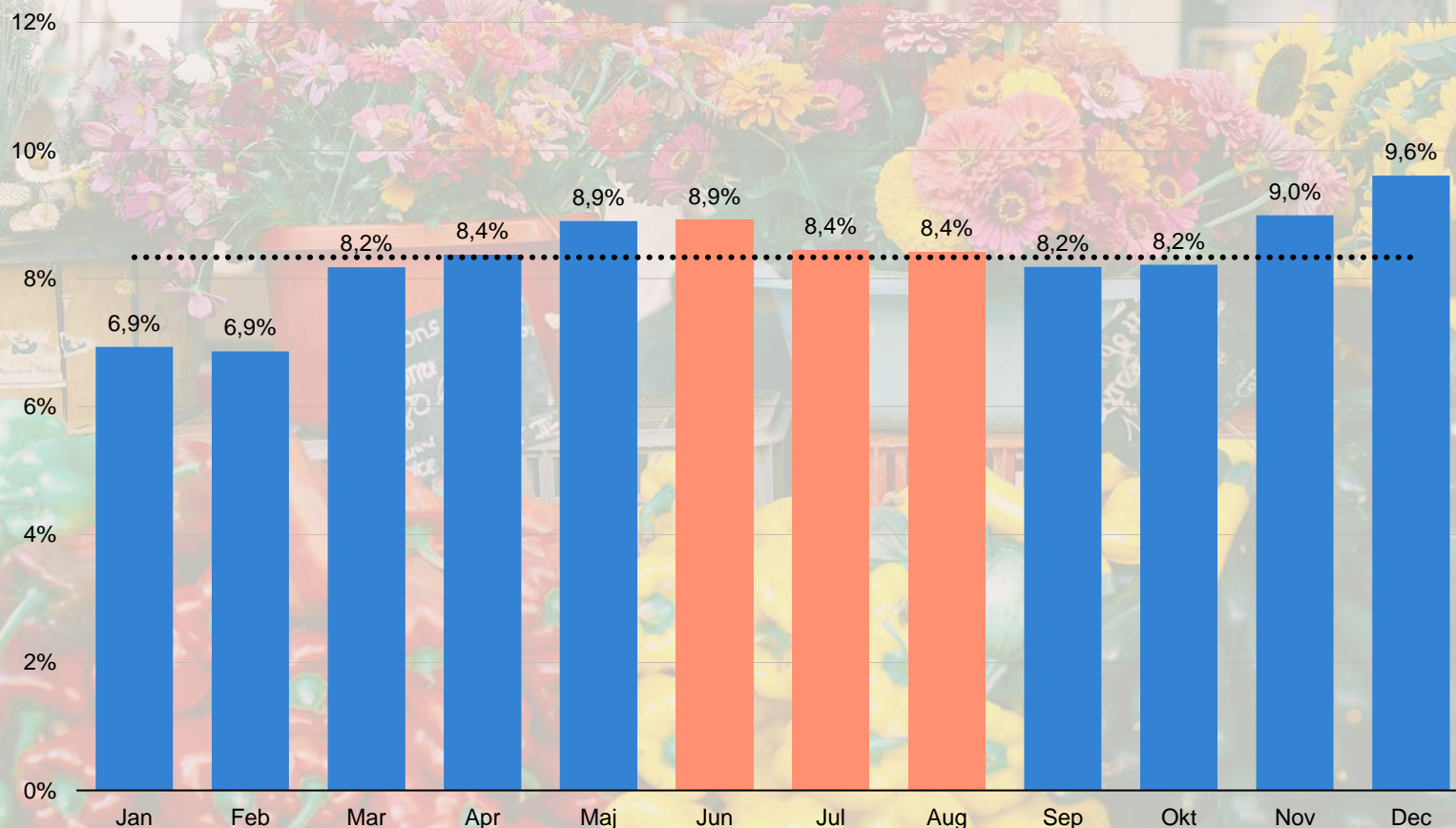
# Sommarhandeln 2023

**SH** Svensk  
Handel

- Midsommar är **detaljhandelns tredje viktigaste** högtid och störst betydelse har den för dagligvaruhandeln; drygt **sju av tio** dagligvaruhandlare uppger att midsommar är viktig för försäljningen.
- *Merförsäljningen* inom dagligvaruhandeln förväntas under midsommarveckan uppgå till drygt **1,2 miljarder** kronor, vilket innebär att den *totala försäljningen* inom dagligvaruhandeln under midsommarveckan uppskattningsvis uppgår till drygt **8,8 miljarder** kronor. **Konserverad fisk och skaldjur samt gräddprodukter** är några dagligvaror som vanligtvis får en försäljningsskjuts under midsommar.
- **40 procent** av handlarna inom detaljhandeln planerar att ta in extrapersonal under sommaren i år, vilket genererar drygt **14 000** extra arbetstillfällen, en ökning jämfört med pandemiåren, men en tydlig minskning jämfört med ifjol.
- **Två femtedelar** av handlarna tror på en minskad försäljning under sommarmånaderna juni, juli och augusti i år jämfört med samma period ifjol. Störst andel som tror på en minskad försäljning återfinns inom sällanköpsvaruhandeln.
- **Ungefär varannan** svensk anpassar på något sätt sina semesterplaner efter det rådande ekonomiska läget. Fler kvinnor än män justerar sina planer. **En av fem** uppger att de kommer att handla mindre generellt och **en av tio** ställer in utlandsresan som tidigare var planerad.

# Juni den starkaste sommarmånaden för detaljhandeln

Månadernas respektive andel av detaljhandelns helårsförsäljning, 2022



Försäljningen inom detaljhandeln under sommarmånaderna juni, juli och augusti utgjorde förra året cirka **26 procent** av årets totala försäljning. Försäljningen är högre under samtliga sommarmånader jämfört med en genomsnittlig månad i detaljhandeln. Juni är vanligen den försäljningsmässigt starkaste sommarmånaden.

Baserat på förra årets försäljningsmönster och Svensk Handels prognos för hela 2023 väntas försäljningen inom detaljhandeln under sommarmånaderna uppgå till **252 miljarder kronor** i år.

# Minskad optimism inför sommarförsäljningen i år

Drygt var fjärde handlare tror på en ökad försäljning under sommarmånaderna i år jämfört med samma period förra året. Motsvarande andel ifjol var två femtedelar av handlarna.

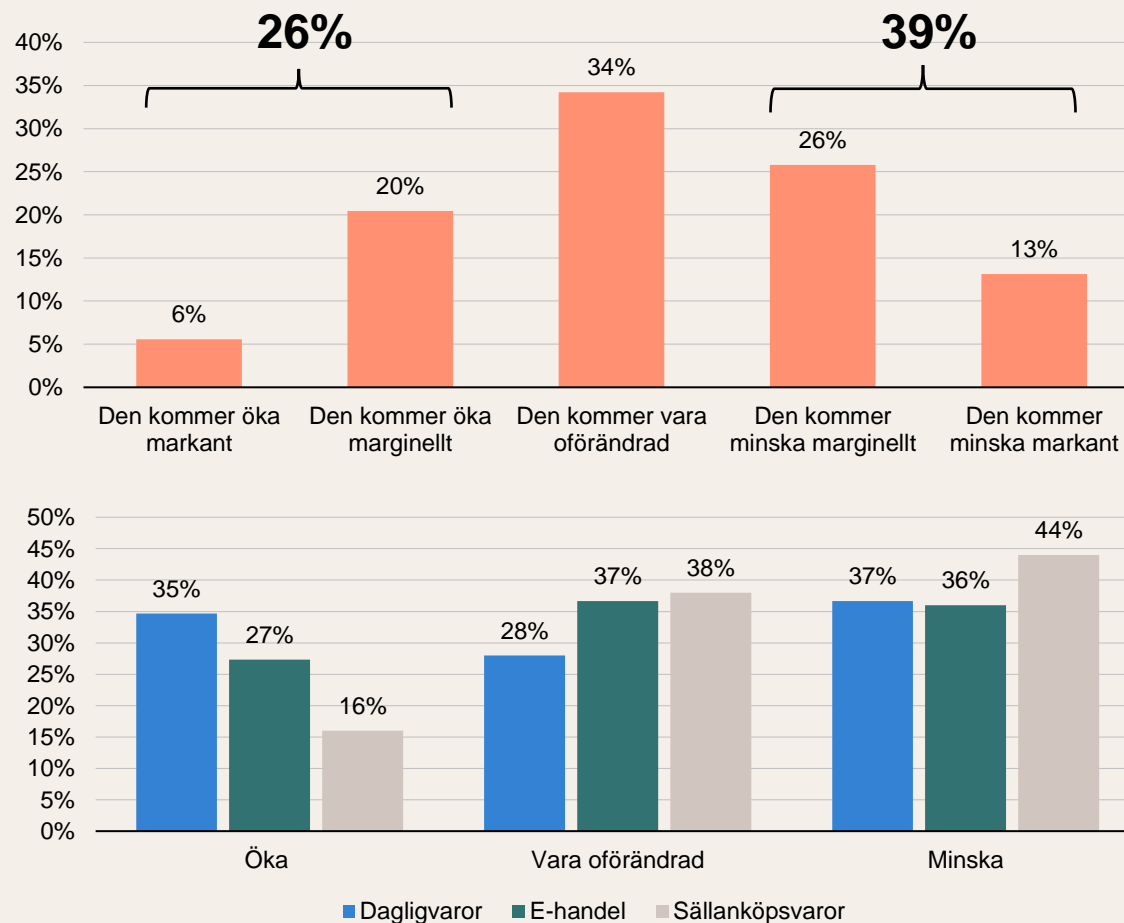
Andelen handlare som tror på en minskad försäljning har ökat till drygt två femtedelar från var tredje ifjol.

Sett till utfallet per delbransch är det främst sällanköpsvaruhandlarna som är mindre optimistiska inför sommarförsäljningen i år; totalt **44 procent** tror på en minskad försäljning jämfört med förra året.

Likt föregående år är dagligvaruhandeln den delbransch som ser mest optimistiskt på sommarförsäljningen. Andelen som tror på en ökad försäljning har dock minskat markant sedan ifjol. Totalt **35 procent** av dagligvaruhandlarna tror på en ökad försäljning, vilket kan jämföras med drygt hälften ifjol.

Vad tror du om försäljningen i ditt företag under sommarmånaderna juni, juli och augusti i år jämfört med samma period året innan (2022)?

"Den kommer..."



# Färre sommarjobbare inom detaljhandeln i år jämfört med förra året



**Cirka 40 procent** av handlarna inom detaljhandeln planerar att ta in extrapersonal under sommaren i år.

Extra arbetstillfällena syftar till att täcka upp för personal på semester och att fylla extra behov under sommaren.

Vi uppskattar att detta kommer att generera drygt **14 000** extra arbetstillfällen under sommaren i år.

Det är en ökning jämfört med pandemiåren 2020 och 2021 då de extra arbetstillfällena uppskattades till **11 000 – 12 000**, men färre än 2022 då de extra arbetstillfällena uppskattades till cirka **16 000**.

# Midsommar av störst betydelse för dagligvaruhandeln



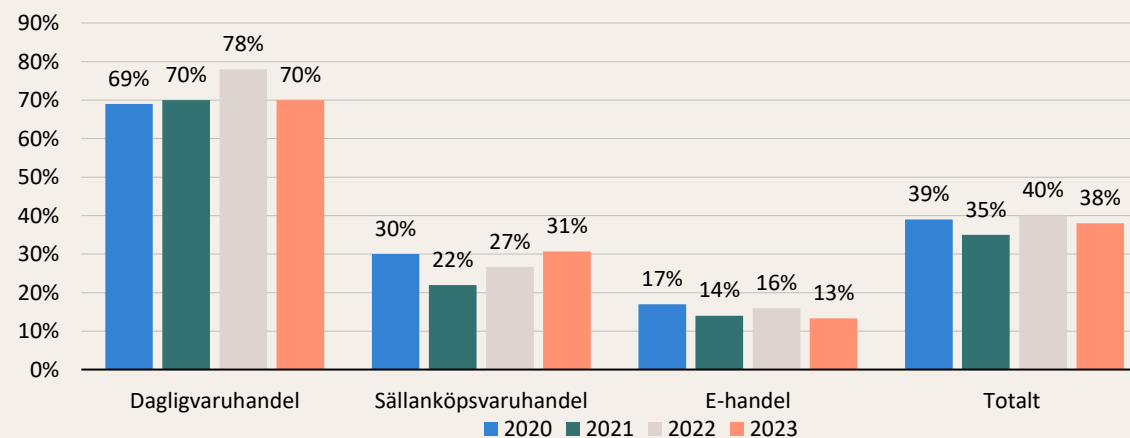
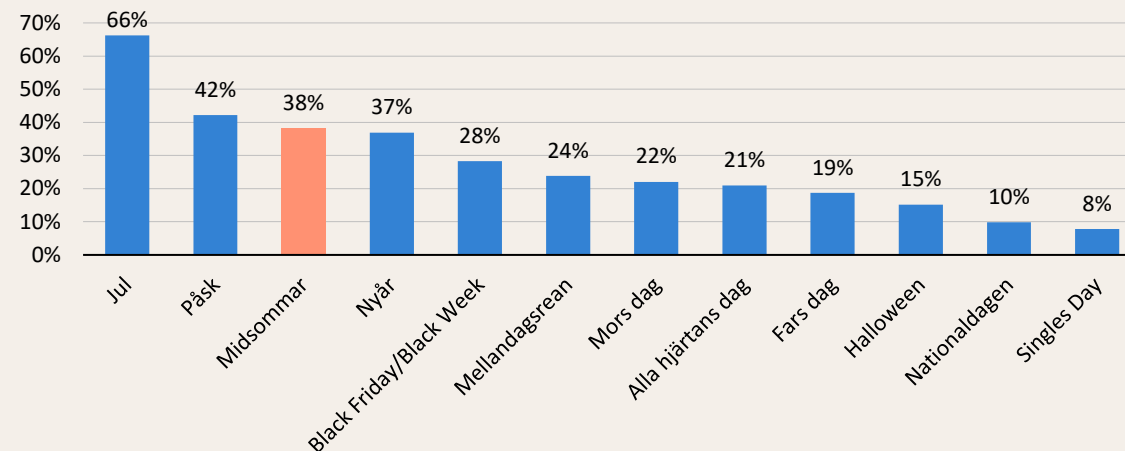
Midsommar är detaljhandelns tredje viktigaste högtid; knappt **två femtedelar** av detaljhandlarna uppger att midsommar är av betydelse för försäljningen. Detta är något färre än föregående år, varav störst minskning kan utläsas inom dagligvaruhandeln.

Trots en minskning jämfört med föregående år är midsommar fortsatt av klart störst betydelse för dagligvaruhandeln, där drygt **sju av tio** handlare uppger att högtiden är viktig för försäljningen.

Motsvarande andel inom sällanköpsvaru- och e-handeln är var tredje respektive knappt var sjätte handlare.

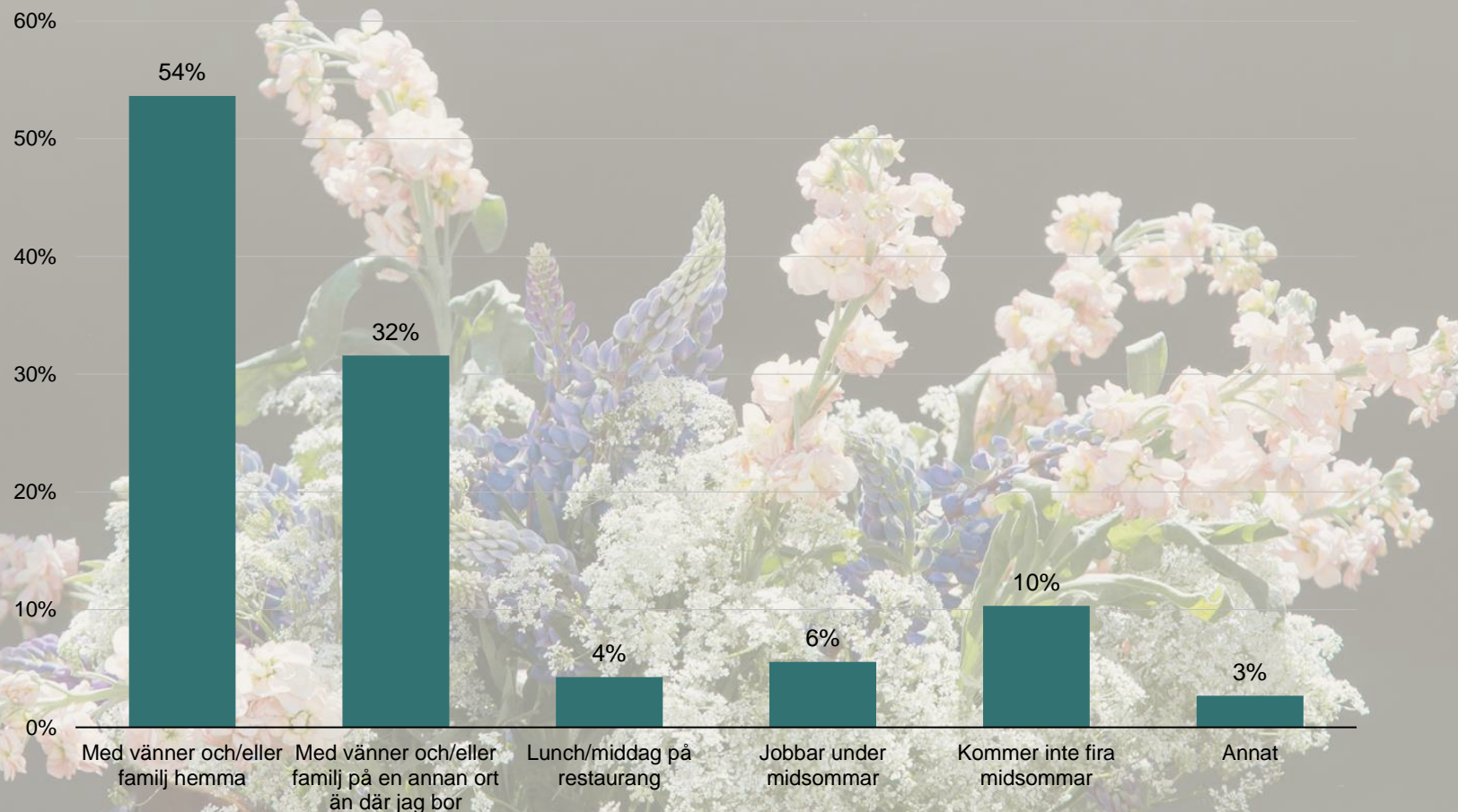
## Vilken betydelse anser du att följande helger/högtider/reaperioder har för din försäljning?

I diagrammet redovisas de som svarat "viktig"



# Midsommar firas med vänner och familj, var tredje firar på annan ort

## Hur planerar du att fira Midsommar i år?



- Midsommar firas helst med vänner och/eller familj.
- Över hälften väljer att fira hemma medan drygt var tredje firar på annan ort.
- Endast fyra procent väljer att fira högtiden genom lunch eller middag på restaurang. Var tionde uppger att de inte kommer att fira midsommar.

# 1,2 miljarder i merförsäljning i dagligvaruhandeln under midsommarveckan

Prognos av försäljningen i dagligvaruhandeln midsommarveckan 2023, miljarder kronor



Baserat på tidigare försäljningsmönster väntas livsmedelsförsäljningen under midsommarveckan öka med 16 procent jämfört med en genomsnittlig vecka.

Detta motsvarar en merförsäljning på cirka **1,2 miljarder kronor** jämfört med en genomsnittlig vecka.

Den totala försäljningen i dagligvaruhandeln under midsommarveckan väntas uppgå till **8,8 miljarder kronor**.

Omsättningen av dagligvaror väntas enligt Svensk Handels prognos växa med **8,5 procent** under 2023.

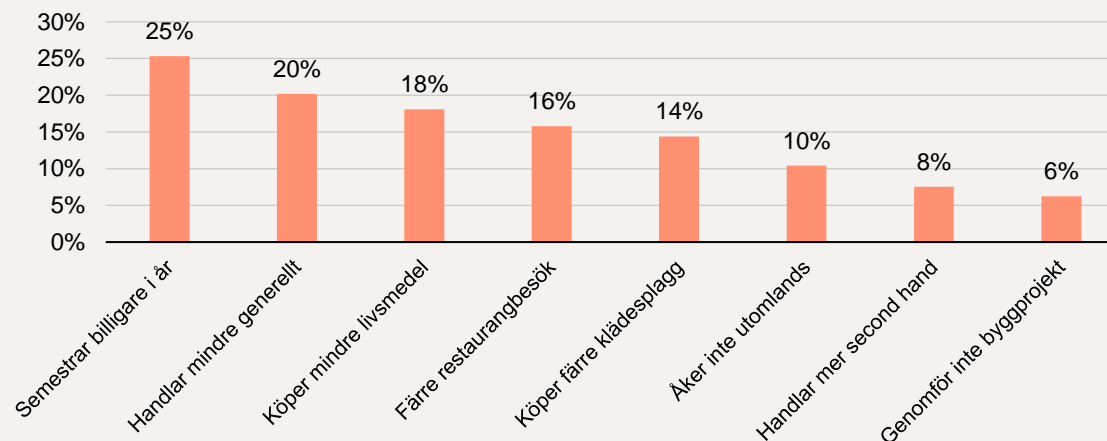


# Varannan svensk anpassar sina semesterplaner efter rådande ekonomiska läge

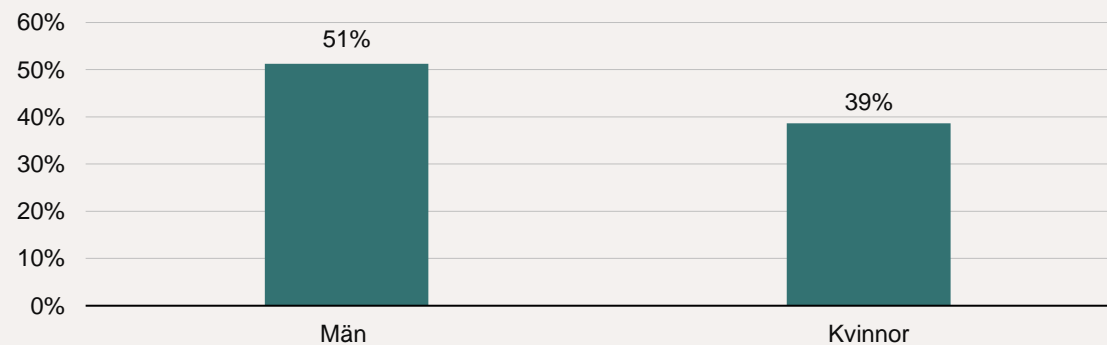
Sammantaget, bland både männen och kvinnorna, anpassar sig ungefär hälften av svenskarna på något sätt sina semesterplaner efter rådande ekonomiska läge. Kvinnor justerar i högre grad än män sin semester.

- Var fjärde har uppgett att de kommer att semestra billigare än annars i år.
- En av fem kommer att handla mindre generellt sett.
- En av tio som tänkt resa utomlands ställer in sina planer.

Så här ändras svenskarnas semesterplaner till följd av det ekonomiska läget. Flera svarsalternativ är möjliga.



"Det ekonomiska läget påverkar *inte* mina semesterplaner"



# Dagligvaror som ökar mest under midsommarveckan



## Produkter med störst försäljningsökning i *kronor* under midsommarveckan jämfört med en genomsnittlig vecka

KONSERVERAD FISK & SKALDJUR	+ 79 mnkr
GLASS	+ 63 mnkr
KONSUMENTPACKAT KÖTT	+ 58 mnkr
FÄRSK FISK & SKALDJUR	+ 53 mnkr
GRÄDDPRODUKTER	+ 40 mnkr

Rapporten är baserad på en konsumentundersökning i juni 2023, extrafrågor i samband med Svensk Handels Handelsbarometer från januari och juni 2023, samt Niensens ScanTrack.

- **Handelsbarometern** tas fram i samarbete med HUI Research och baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 600 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare, e-handlare och partihandlare. Undersökningen som refereras till i denna rapport genomfördes i januari och juni 2023.
- **Konsumentundersökningen** genomfördes som en webbenkät av ett externt undersökningsföretag på uppdrag av Svensk Handel. 1007 personer i Sverige mellan 18 och 80 år deltog. Enkäten stratifieras med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes i juni 2023.
- **NielsenIQ** är ett globalt marknadsundersöknings- och analysföretag som samlar in försäljningsdata från detaljhandeln (NielsenIQ ScanTrack) vilket bland annat möjliggör analyser av köpbeteenden, marknadstrender och marknadsandelar. NielsenIQ ScanTrack data ligger till grund för försäljningsstatistiken i rapporten.

# Kontaktuppgifter

## **För mer information:**

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

Amina Kaplan, Analytical Consultant Nielsen, 076 695 39 84

## **För frågor om innehållet i rapporten kontakta:**

Karolina Nilsson, analytiker, Svensk Handel, 070 267 38 11

