

Servicehandelsindex

SVENSK SERVICEHANDEL & FAST FOOD

Servicehandelns utveckling första kvartalet 2011

Svag inledning av året för servicehandeln

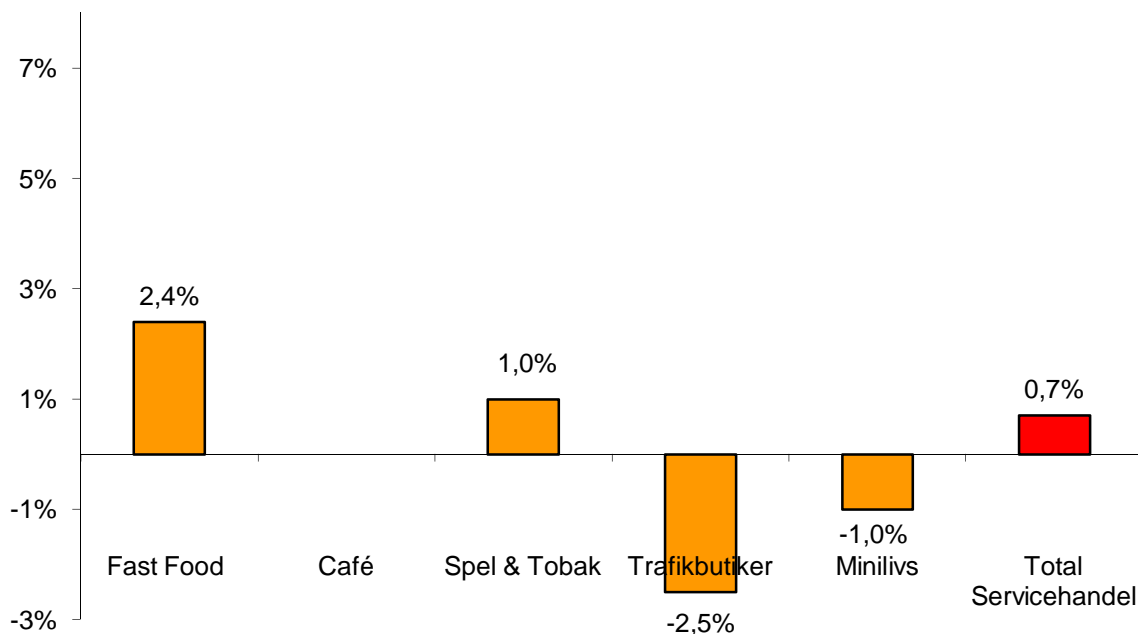
Det första kvartalet år 2011 inleddes relativt svagt för den svenska servicehandeln. Ökningen uppgick till 0,7 procent jämfört med samma period föregående år. Det representerar en liten uppgång jämfört med förra kvartalet, då ökningen uppgick till 0,4 procent. Servicehandeln är en heterogen bransch och tillväxten skiljer sig åt mellan de olika branscherna.

Den starkaste utvecklingen uppvisade Fast Food som ökade med 2,4 procent, en klar uppgång från förra kvartalet. Försiktigt positiv var också utvecklingen för Spel & Tobak som ökade med 1 procent. Utvecklingen för Minilivs var däremot negativ, segmentet minskade med 1 procent. Precis som förra kvartalet var det trafikbutikerna som uppvisade den svagaste utvecklingen i branschen med en minskning på 2,5 procent.¹

Framtidstron bland företagen ligger relativt stabil på samma nivåer som under de senaste två kvartalen. Under tre kvartal har optimismen legat på nivåer där de som tror på en positiv omsättningsutveckling är 20 procent fler än de som tror på en negativ. Under första kvartalet landade andelen på 15 procent. Den tidigare höga optimismen bland serviceföretagarna har således planat ut något.

¹ Under en längre period har cafésegmentet varit det starkast växande segmentet inom servicehandeln. Under det första kvartalet var emellertid svarsfrekvensen för låg bland caféföretagen, vilket gör att den statistiska kvaliteten för detta segment inte har kunnat säkerställas. Servicehandelsindex redovisar därför inte någon siffra för caféerna för kvartal 1.

Omsättningsutveckling första kvartalet 2011 per delbransch



– Inledningen på år 2011 blev något bättre än avslutningen på år 2010. Fortfarande är det trafikbutikerna som drar ned totalen för servicenäringsarna. Fast food-segmentet har däremot åter börjat växa och förhoppningsvis kan det fortsätta att utvecklas positivt under året, säger Bengt Hedlund, VD för Sveriges Servicehandel och Fast Food.

Fast food-segmentet återhämtade sig från förra kvartalets dipp i utvecklingskurvan. Under fjärde kvartalet 2010 redovisade segmentet en minskning på 0,8 procent och bröt därmed en lång trend med positiva tillväxttal. Under första kvartalet år 2011 redovisar däremot fast food-restaurangerna åter en positiv tillväxt på 2,4 procent.

Trafikbutikerna slutade andra halvåret av å 2010 med negativ tillväxt. Under sista kvartalet av förra året redovisade man en negativ tillväxt på 3 procent. Denna trend fortsatte även under första kvartalet av innevarande år, med en negativ tillväxt på 2,5 procent jämfört med första kvartalet förra året. Hur trafikbutikerna skall lyckas vända den negativa utvecklingen och åter börja redovisa positiva tillväxttal blir en tuff framtida utmaning.

Spel & tobakssegmentet hade det tufft under första halvan av förra året, men vände sedan och redovisade positiva tillväxttal under den andra halvan av året. Den positiva utvecklingen fortsatte under det första kvartalet av år 2011 och omsättningen steg med 1 procent jämfört med samma period förra året. Detta innebär en svag ökning jämfört med sista kvartalet av förra året, då omsättningsökningen landade på 0,7 procent.

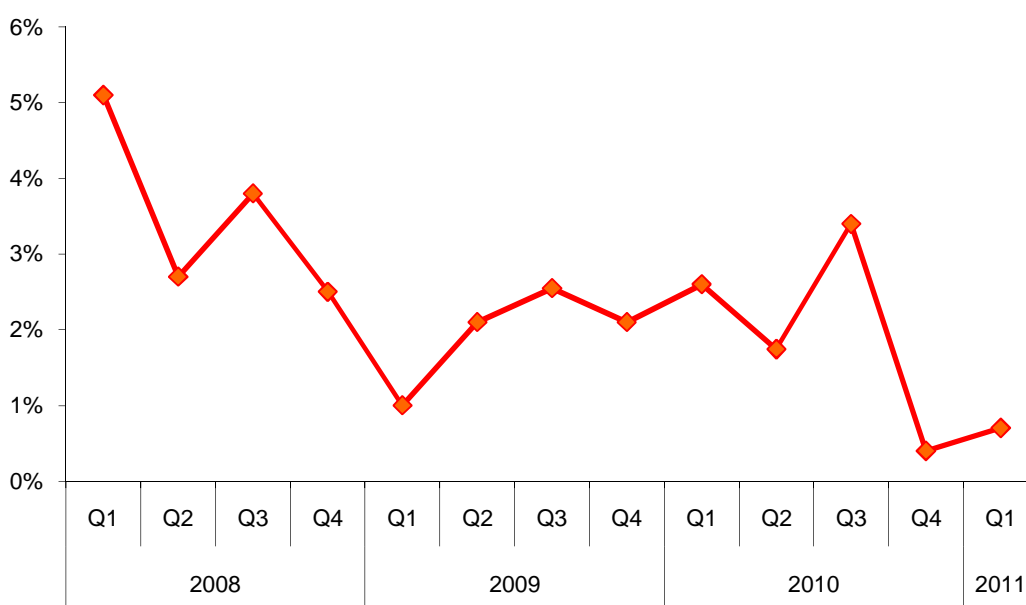
Minilivssegmentet backade däremot och minskade med 1 procent. Segmentet har under en längre period pendlat mellan positiva och negativa tillväxttal.

Cafésegmentet har under en längre tid varit den klart starkaste delen av servicenäringsarna. Under år 2010 redovisade caféerna en tillväxt på omkring 6 procent. Det finns inget som tyder på att branschen inte fortsätter att utvecklas positivt även under inledningen av år 2011. Tyvärr var svarsfrekvensen allt för låg i

undersökningen för servicehandelsindex för kvartal 1. Detta gör att den statistiska kvaliteten på resultaten inte har kunnat säkerställas. Ingen siffra redovisas därför för caféerna för kvartal 1.

Totalt ökade omsättningen inom servicehandeln med 0,7 procent, vilket är en blygsam uppgång jämfört med samma kvartal förra året. Servicehandeln ansluter därmed till närliggande branscher i detaljhandeln, i vilken uppgången under det första kvartalet var relativt måttlig.

Omsättningsutveckling inom servicehandeln



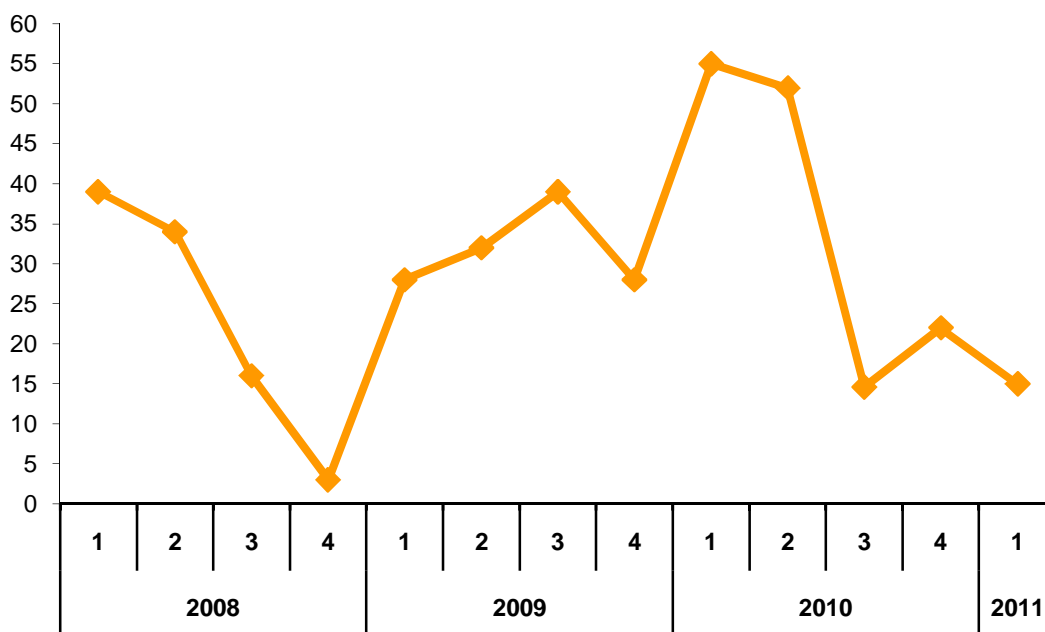
Servicehandlarnas framtidstro

I Framtidsbarometern mäts handlarnas tilltro till försäljningsutvecklingen i den egna butiken under de kommande sex månaderna. Under första kvartalet år 2010 uppvisades den högsta uppmätta framtidstron hos servicehandlarna sedan Servicehandelsindex start år 2008. Framtidstron steg då till nivåer på omkring 50 procent. Under den andra halvan av år 2010 sjönk dock framtidstron till nivåer på omkring 20 procent. Denna trend fortsatte under det första kvartalet år 2011. Framtidstron landade på 15 procent. Det är intressant att framtidstron verkar stämma relativt väl med den kommande omsättningsutvecklingen. Den tidigare starka optimismen kring förra årsskiftet visade sig följas av ökad omsättning under de kommande månaderna. När sedan optimismen sjönk under senare delen av förra året följdes detta av minskad omsättning några månader senare. Detta tyder på att företagen relativt väl känner sina branscher och är bra på att förutspå den framtida utvecklingen.

Optimismen inom servicehandeln är högst bland fast food-restauranger och trafikbutiker, där framtidsbarometern ligger på 21 respektive 22 procent. Optimismen är måttlig bland segmenten Spel & Tobak samt Minilivs, där framtidsbarometern ligger på 10 respektive 12 procent. Optimismen är lägst i segmentet Café, där framtidsbarometern ligger på 6 procent.

Med tanke på framtidsbarometerna relativt goda historiska prediktionsförmåga bådär dessa siffror för en intressant utveckling. Kommer caféernas positiva utveckling att börja plana av, och kommer trafikbutikerna att börja återhämta sig? Detta blir frågor att följa under kommande kvartal.

Framtidsbarometern mäter handlarnas framtidstro för det kommande halvåret



Om undersökningen

I samarbete med Svensk Servicehandel & Fast Food mäter AB Handelns Utredningsinstitut (HUI) utvecklingen inom servicehandeln. Informationen har samlats in under första kvartalet år 2011 och bygger på uppgifter från 16 servicehandelskedjor samt ett urval om 1 000 servicehandlare.

För analys av Servicehandelsindex kontakta Bengt Hedlund, VD Svensk Servicehandel & Fast Food, 08-505 970 31. Vid funderingar gällande statistiken kontakta Emma Hernell, HUI, 08-762 72 95.