



Pressmeddelande  
Stockholm, den 26 maj 2011

## Långsammare tillväxttakt i svenskarnas konsumtion under första kvartalet

– svagaste tillväxten sedan återhämtningen 2009; Hotell & restaurang starkaste konsumtionskategori, enligt Visa Europes senaste Sverigeindex

**Visa Europes Sverigeindex för första kvartalet 2011 visar en svagare tillväxt jämfört med samma kvartal föregående år. Konsumtionen steg med 1 procent, vilket är den lägsta tillväxten sedan återhämtningen under tredje kvartalet 2009. Kategorin Hotell & restaurang uppvisade den största ökningen, samtidigt som Hem & hushåll minskade markant.**

Betalningsföretaget Visa Europe presenterar för fjärde gången Visa Europes Sverigeindex, som indikerar förändringar i faktiskt konsumtion genom att analysera transaktionsdata för de åtta miljoner Visa-kort som finns i omlopp i Sverige idag. Statistiken har justerats för att ta hänsyn till det ökande antalet Visakort, en allt större kortanvändning jämfört med kontanter samt inflation, vilket ger en bättre indikation på konsumtionsvanor än ojusterad rådata.

Enligt Visa Europes Sverigeindex ökade konsumtionen med 1 procent under det första kvartalet 2011, vilket är den lägsta ökningen sedan återhämtningen under tredje kvartalet 2009. Tillväxttakten var markant lägre än under det sista kvartalet 2010, då motsvarande siffra låg på 3,4 procent. Statistiken indikerar att försäljningssiffrorna ökade i januari för att sedan avta i februari och minska ytterligare i mars, något som kan bero på att påsken inföll sent i år.

Visa Europes Sverigeindex visar att det genomsnittliga transaktionsvärdet gick från fjärde kvartalets 337,4 kronor till 315,6 kronor under första kvartalet. Detta är det lägsta genomsnittet sedan Visa Europes Sverigeindex presenterades för första gången.

- Första kvartalet 2011 var det sjunde kvartalet i rad av konsumtionsökning, även om det var en svagare tillväxt jämfört med tidigare. Den långsamma tillväxten reflekteras även i det minskade genomsnittliga transaktionsvärdet, något som kan bero på att kort används för betalning av mindre summor allt oftare och att konsumenter har blivit mer prisedvetna, säger Christina Lind, Sverigechef på Visa Europe.

### Hotell & restaurang starkaste konsumtionskategori

Visa Europes Sverigeindex bryter även ner siffrorna i åtta olika konsumtionskategorier\*. Fyra av dessa uppvisade tillväxt under det första kvartalet; Hotell & restaurang, Hälsa & utbildning, Transport & kommunikation samt Övriga varor & tjänster.

Hotell & restaurang fortsätter att stå för den starkaste konsumtionsökningen (9,7 %), men tillväxtakten var långsammare än under sista kvartalet 2010 (10,5 %). Övriga varor och tjänster, vilket inkluderar till exempel smycken och finansiella tjänster, uppvisade den starkaste konsumtionsökningen hittills inom sitt område. Det var också den enda kategorin där ökningen var högre än föregående kvartal. Under första kvartalet låg tillväxten på 9 procent, jämfört med 4,6 procent sista kvartalet 2010.



Som mest minskande konsumtionen inom kategorin Hem & hushåll, vilken innehåller varor såsom möbler och hushållsartiklar. Från att ha uppvisat en negativ tillväxt med - 2,6 procent i slutet av 2010 så sjönk konsumtionen ytterligare under första kvartalet 2011 till -5,7 procent.

### **Om Visa Europas Sverigeindex**

Visa Europas Sverigeindex är baserat på transaktionsdata över samtliga Visa debit-, kredit-, och prepaid-kort som finns i omlopp i Sverige idag, vilket representerar en dryg fjärdedel av de svenska hushållens totala konsumtion. Statistiken har justerats för att ta hänsyn till ett antal faktorer: förändringar i antalet Visakort, förändringar i konsumentpreferenser gällande kortanvändning samt förändringar i konsumentprisindex, vilket ger en indikation på faktiska skiftningar i hushållens konsumtion.

Transaktionsdata för fem års tid (från den 1 januari 2005 till den 31 mars 2011) från svenska Visakort har bearbetats och analyserats av företaget Markit Economics.

Visa Europas Sverigeindex överensstämmer med officiell handelsstatistik, men uppvisar inte perfekt korrelation med BNP-utvecklingen över tid. Visa Europe har tidigare kunnat se indikationer på vändpunkter i ekonomin för åren 2007 och 2008 i statistiken.

Mer information och diagram finns i rapporten "March 2011 – Visa Europe: Sweden Expenditure Index" som hittas här: [http://visa.se/se/press/publicerat\\_material.aspx](http://visa.se/se/press/publicerat_material.aspx)

\* Följande åtta kategorier ingår i Visa Europas Sverigeindex:

1. **Mat, dryck och tobak:**  
Mat, alkohol och icke alkoholhaltiga drycker samt tobaksvaror
2. **Kläder och skor:**  
Kläder, skor, tvätt och kemtvätt, skomakartjänster
3. **Hem och hushåll:**  
Möbler och hushållsartiklar, löpande underhåll till hemmet, vatten, elektricitet, gas
4. **Hälsa och utbildning:**  
Medicinska produkter, utrustning och tjänster, utbildningsmaterial såsom skolböcker och kurslitteratur
5. **Transport och kommunikation:**  
Inköp av fordon, transporttjänster, post och telefoni
6. **Kultur och fritid:**  
Semester, bio- och teaterbesök, samt konsumentprodukter såsom kameror och TV-spel
7. **Hotell och restaurang:**  
Restaurangbesök, catering och hotellvistelser
8. **Övriga varor och tjänster:**  
Personlig hygien såsom spa och frisör mm, personliga varor såsom klockor och smycken, försäkringar, ekonomiska tjänster och juridisk rådgivning

### **För mer information, vänligen kontakta:**

Anne Caroline Båmstedt, a.c.bamstedt@se.mslworldwide.com, 08-696 12 00, presskontakt för Visa Europe i Sverige

### **Om Visa Europe**

I Europa finns 427 miljoner Visa bank-, kredit- och företagskort. Dessa kort användes för köp och kontantuttag till ett värde över € 1,6 biljoner under den tolv månadersperiod som sträckte sig till sista december 2010. 12,5 procent av allt som konsumenterna spenderar på olika försäljningsställen betalas med Visakort och mer än 70 procent av det är på Visa bankkort.



Visa Europe är en medlemsorganisation som sedan bolagsbildningen i juli 2004 ägs och styrs av över 4 000 europeiska medlemsbanker. I oktober 2007 frikopplades Visa Europe från det nya globala Visa Inc. och blev ett fristående bolag med en exklusiv, oåterkallelig och evig licens i Europa. Som ett dedikerat europeiskt betalningssystem kan Visa Europe snabbt anpassa sig efter behoven hos de europeiska bankerna och deras kunder – kortinnehavarna och handlarna. Dessutom kan organisationen leva upp till Europeiska Kommissionens mål om att skapa en enhetlig inre marknad för betalningar inom Europa.

Visa har överträffad acceptans i världen, dessutom är Visa/Plus ett av världens största globala nätverk av uttagsautomater som gör det möjligt att ta ut kontanter i lokal valuta i mer än 200 länder. För mer information, se [www.visaeurope.com](http://www.visaeurope.com)