



KAUPAN LIITTO

# Största säsong för handeln: jul

Jaana Kurjenoja

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](http://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



## Innehåll

Skattekortsreformen och skatteåterbäringarna i julhandeln	2
Julhandeln enligt statistiken	4
Black Friday – peaken för digital shopping i västvärlden	12
Källor	18

[Axplock](#) ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

# Julhandeln enligt statistiken

Axplot ur undersökningen.

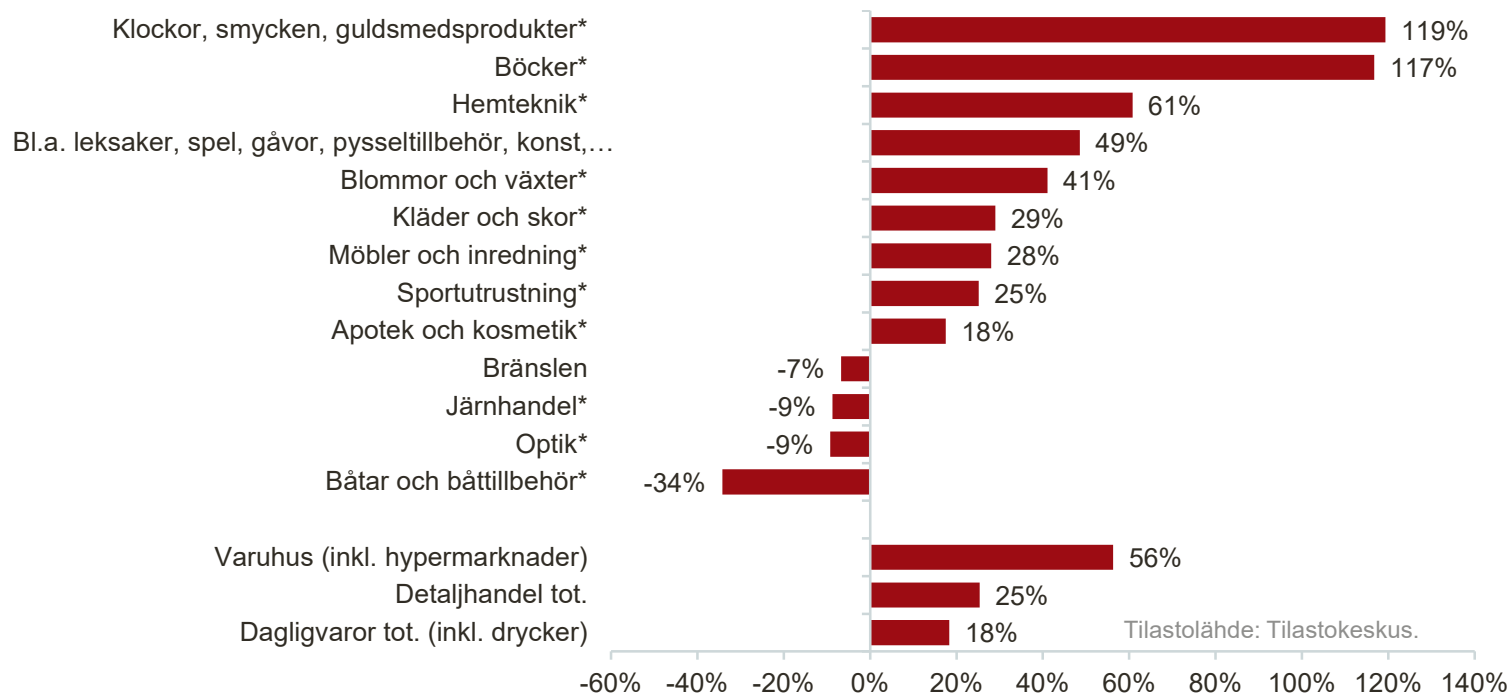
Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](https://www.kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



KAUPAN LIITTO

# Julhandeln är livsviktig för varuhus och för flera branscher inom fackhandeln

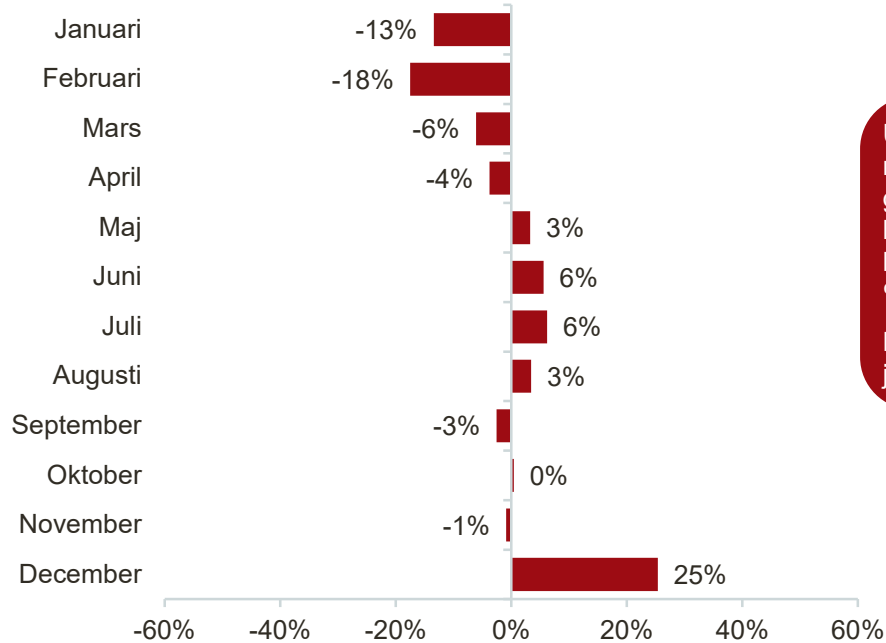
Värdet av omsättningen i december jämfört med genomsnittlig månadsförsäljning  
Medelvärde 2000–2018



\*Försäljning inom fackhandeln

## December är högsäsong för detaljhandeln

Omsättning jämfört med genomsnittlig månadsförsäljning  
Medelvärde 2000–2018



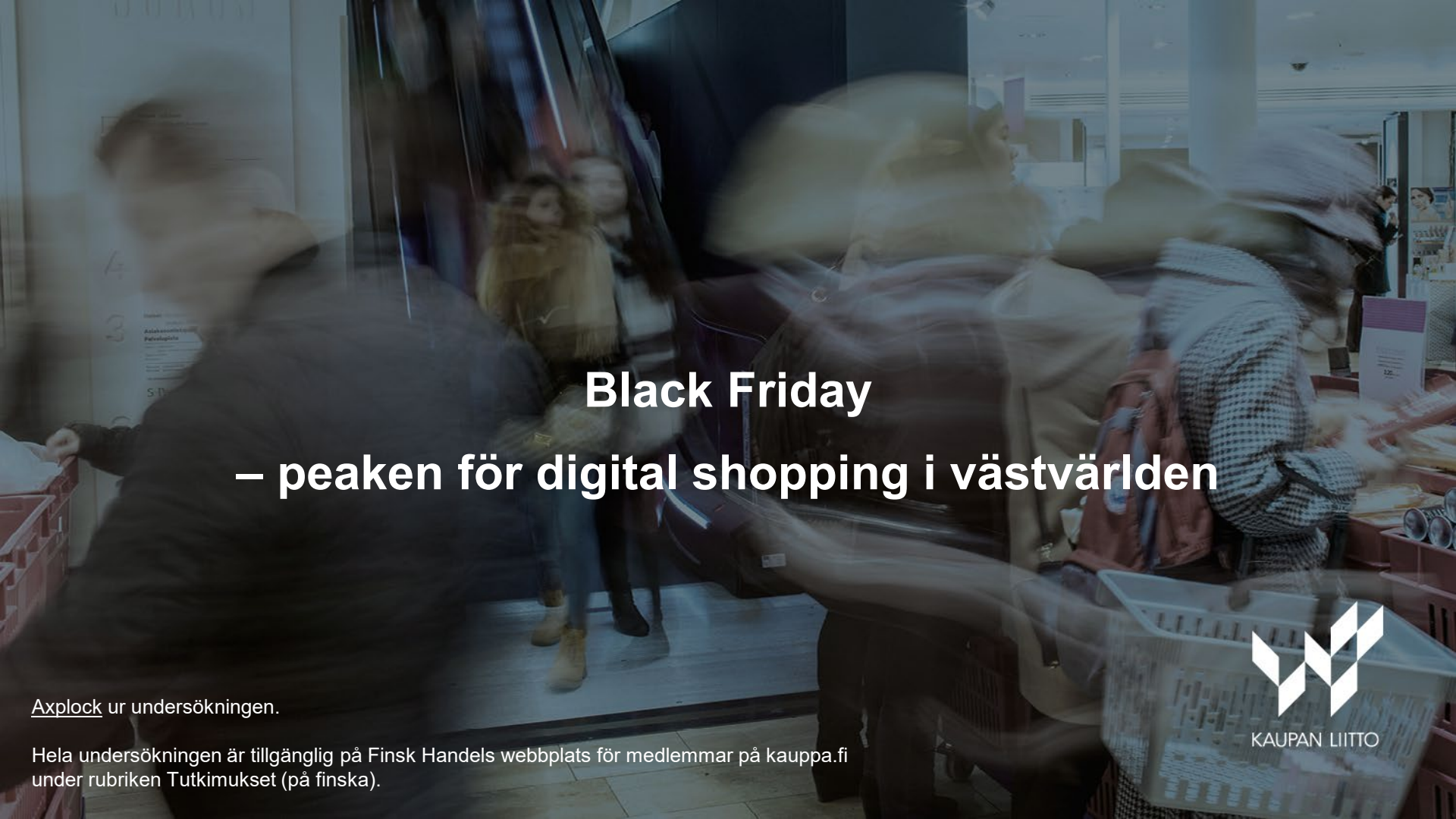
Under de senaste åren har klyftan mellan decemberförsäljning och genomsnittlig månadsförsäljning börjat bli mindre. År 2000–2010 var klyftan 27 %, 2011–2018 var den 23 % och i fjol bara 20 %.

Konsumtionen har börjat ske jämnare fördelat över året.

Tilastolähde: Tilastokeskus.

## Julhandeln i euro

- I december i fjol var den mervärdesskattebelagda försäljningen för hela detaljhandeln nästan 4,8 miljarder euro, dvs. 1 029 euro per varje 15–85-årig person som bor i Finland. Per hushåll var försäljningen under december 1 760 euro.
- I december 2018 innebar julsäsongen en försäljningsökning på ca 800 miljoner euro (inkl. moms) jämfört med månadsgenomsnittet. Julsäsongen innebar alltså en ökad försäljning på 177 euro per varje 15–85-årig person som bor i Finland och 295 euro per varje hushåll.
- Detaljhandelns julsäsong infaller i december då omsättningen är cirka 25 procent högre än månadsgenomsnittet under året.
  - Inom varuhushandeln och i flera branscher inom fackhandeln är december ännu mycket viktigare.
  - I december 2018 var omsättningen för detaljhandeln 20 % större än månadsgenomsnittet. Skillnaden mellan omsättningen i december och en genomsnittlig månad har redan i flera år varit under medelvärdet för 2000-talet – december har alltså blivit mindre viktig som högsäsong under de senaste åren.
- Julsäsongen fokuserar på december men under de allra senaste åren har novembers betydelse för omsättningen i detaljhandeln börjat öka. Den starkaste ökningen kan ses i hemelektroniken där också Black Friday-kampanjerna är största.
  - På 2000-talet var omsättningen för november genomsnittligt drygt en procent mindre än månadsgenomsnittet i motsvarande år, men i november 2016 var omsättningen redan lika stor med månadsgenomsnittet. 2017 översteg novemberomsättningen genomsnittet med en procent och i fjol med redan två procent.
  - Novembers betydelse som försäljningssäsong verkar även enligt statistiken vara på väg upp.
- Totalt innebar säsongerna i november och december en ökad försäljning på 192 euro per varje 15–85-årig person och 318 euro per varje hushåll.



# Black Friday

## – peaken för digital shopping i västvärlden

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på [kauppa.fi](https://kauppa.fi) under rubriken Tutkimukset (på finska).



KAUPAN LIITTO

## Google-sökningar är mobila under julsäsongen

Andel mobilsökningar med Googles sökmaskin i Finland 2018, %

Tidpunkt 2018		Andel mobila sökningar, %
23.11.2018	Black Friday	53
24.-25.11.2018	Black Friday-veckoslutet	58
26.11.2018	Cyber Monday	48
15.12.2018	Lördagen före jul	64
23.12.2018	Dagen före julafton	63
24.12.2018	Julafton	61
25.12.2018	Juldagen	66
31.12.2018	Nyårsafton	63

Antalet Black Friday-relaterade mobilsökningar ökade med nästan 40 % i fjol. Både antalet och andelen mobilsökningar ökar även i år under hela julsäsongen.

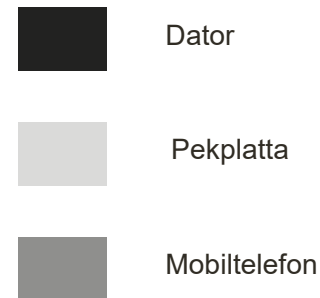
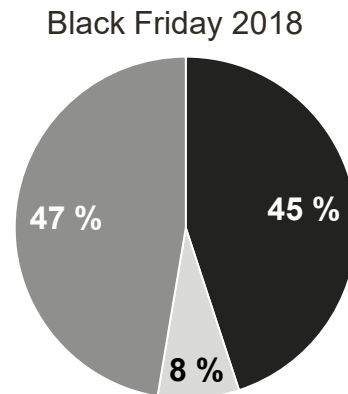
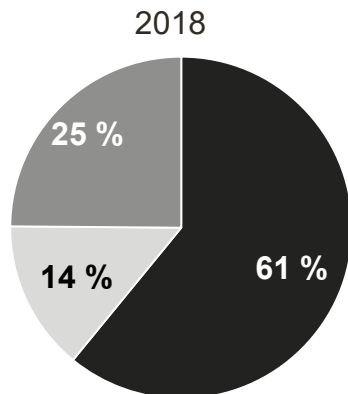


## Digitala köp under Black Friday är mobila även i Finland

Enheten med vilken man gjorde det senaste nätköpet under de senaste två veckorna år 2018 och enheten med vilken Black Friday-köpen gjordes

I Storbritannien var 61 % av digitala köp under Black Friday mobila (gjordes med mobiltelefon eller pekplatta) – i Tyskland var samma siffra 67 % men i Sverige var den endast 47 %.

(Köp på erbjudandeplattformen Picodi.com. Black-Friday.Global, Picodi.com)



## Källor

Google Internal Data, 2019.

Kurjenoja Jaana, 2019: Digitaalinen ostaminen sekä suomalaisten eniten käyttämät verkkokaupat (Digital handel och finländarnas mest använda nätbutiker). Finsk Handel, 14.3.2019.

Picody.com, 2019: Black-Friday.Global.

Statistikcentralen, 2019: Omsättning inom handeln i euro.

Statistikcentralen, 2019: Omsättningsdiagram för handel.

Statistikcentralen, 2019: Befolkningsstruktur.

**Dessutom en konsumentenkät som utförts på uppdrag av Finsk Handel och planerats av Jaana Kurjenoja (Finsk Handel):**

Kantar TNS, årsinkomstgräns på skattekort och skatteåterbäringar i julhandeln, oktober 2019.



**Mer information:**

**Jaana Kurjenoja**

chefsekonom

Finsk Handel

[jaana.kurjenoja@kauppa.fi](mailto:jaana.kurjenoja@kauppa.fi)

tfn 040 820 5378

