

A close-up, low-angle shot of a runner's legs in motion on a grey asphalt track. The runner is wearing blue and orange athletic shoes. The background is slightly blurred, showing a concrete curb and some greenery.

SPORTINDEX

KVARTAL 2 2021

hui.

///  Svenskt Sportforum
SPORTINDEX

Om Sportindex

Sportindex tas fram av Svenska Sportforum i samarbete med HUI Research. Rapporten bygger på försäljningsstatistik som samlas in fyra gånger per år från sportaktörer och följer utveckling och trender för sporthandelns tillväxt i både fysisk butik och på nätet. Försäljningen redovisas uppdelat på de tre huvudkategorierna kläder, skor och utrustning. Sportindex mäter utvecklingen i löpande priser inklusive moms. Sportindex publiceras i slutet av april, juli, oktober och januari.

Följande aktörer deltar i statistiksamarbetet:

stadium[®]

stadium[®] **OUTLET**

 **INTERSPORT**

 **LÖPLABBET**[®]

**TEAM
SPORTIA**[®]

XXL

 **SNEAKERS
POINT**[®]

Definitioner

Total försäljning

Försäljning som sker i fysisk butik samt i e-handeln.

Fysisk försäljning

Försäljning där transaktionen sker i en fysisk butik. Endast faktiskt försäljning, ej t.ex. presentkort. Returer, reklamationer, byten, nollordrar, rabatter, erbjudanden och rea justeras över tid av de inrapporterande företagen.

E-handelsförsäljning

Försäljning där transaktionen sker på nätet, därmed även click-and-collect. Endast faktiskt försäljning, ej t.ex. presentkort. Returer, reklamationer, byten, nollordrar, rabatter, erbjudanden och rea justeras över tid av de inrapporterande företagen.

Försäljningsutveckling

Utveckling jämfört med samma period föregående år.

Jämförbara enheter

Försäljningstillväxt mellan två perioder rensat för nya och/eller nedlagda butiker. Om en butik genomgår en större förändring i form av ombyggnad eller tillbyggnad är den inte längre en jämförbar enhet.

Huvud/underkategoridefinition

Statistiken rapporteras in på ett antal kategorier som tagits fram i samarbete med sportaktörer. De tre huvudkategorierna är kläder, skor och utrustning.

Total försäljningsutveckling

	April 2021	Maj 2021	Juni 2021	Q2 2021	Hittills i år	Helår 2020
Total försäljning Hela butiksbeståndet & e-handeln	2,5%	4,3%	6,6%	4,5%	9,4%	-2,9%
Total försäljning Jämförbara enheter & e-handeln	6,5%	8,2%	6,8%	7,2%	13,8%	0,4%

hul.

Försäljningsutveckling i fysisk butik & e-handeln

	Total försäljning Jämförbara enheter & e-handeln	Fysisk butik Jämförbara enheter	E-handel
Q2 2021	7,2%	4,1%	24,4%
April 2021	6,5%	4,7%	14,2%
Maj 2021	8,2%	3,4%	36,4%
Juni 2021	6,8%	4,1%	24,8%
Hittills i år	13,8%	9,3%	39,9%
Rullande 12	6,7%	1,5%	41,7%
Helår 2020	0,4%	-4,9%	43,7%

Kommentar av utvecklingen

- Försäljningen i sporthandeln ökade med 4,5 procent under andra kvartalet 2021 jämfört med samma period föregående år. Mätt i jämförbara enheter landade tillväxten på 7,2 procent. Detaljhandeln som helhet växte enligt SCB med 8,5 procent under andra kvartalet 2021 och sällanköpsvaruhandelns tillväxt landade på 13,1 procent under perioden.
- E-handelsförsäljningen växte med 24,4 procent under andra kvartalet 2021. Med tanke på att jämförelsesiffrorna från samma period föregående år var mycket starka (+59,9 procent under andra kvartalet 2020) är e-handelsutvecklingen i branschen fortsatt hög. Detta trots att fler än 60 procent av de vuxna svenskarna var vaccinerade med minst en dos i slutet av juni och många kunnat återvända till handelsplatserna och butikerna under försommaren. Utvecklingen i e-handeln drivs främst på av kategorin kläder, som hittills i år har ökat med 66,1 procent i onlinekanalen. Hittills i år uppgår sporthandelns e-handelsandel till 17 procent vilket innebär att drygt en sjättedel av försäljningen sker på nätet.
- Intresset för friluftsliv har fått ett uppsving under pandemin. En undersökning från februari 2021 som baserades på 16 000 enkätsvar visade att nästan tre av tio svenskar ägnat sig mer åt friluftsliv under pandemin än tidigare och tror att de kommer fortsätta med det (Källa: Novus och Sveriges Radio). Under andra kvartalet 2021 ökade sporthandelns försäljning av outdoorskor och kängor med 19,6 procent och försäljningen av outdoorkläder växte med 20,5 procent, vilket är tecken på att friluftstrenden håller i sig.

- Vi känner av trenden, den är tydlig och har hållit i sig ända sedan starten av pandemin utan att påverkas särskilt mycket av hur smittspridningskurvorna har sett ut. Det finns en stor nyfikenhet för att vara ute i naturen och röra sig och man tar gärna med sig hela familjen. Dessutom ser vi att utvecklingen drivs på av damkollektionen i högre utsträckning än tidigare, säger Peter Granbom, Nordic Area Manager på Merrell.

- Den svenska idrottsrörelsen har drabbats hårt av coronavirusets framfart med inställda träningar, tävlingar och andra aktiviteter som följd. Under försommaren 2021 har dock en viss återstart kunnat ske. Från och med 1 juni infördes lättnader för idrotten i restriktioner för tävling, match och sommarläger samt gällande publiktak. Effekterna i sporthandeln visade sig i att försäljningen av fotbollsskor rusade med 50,2 procent i juni, och produktkategorin landade på en tillväxt om 29,4 procent under andra kvartalet. Även försäljningen av lagkläder ökade kraftigt under andra kvartalet och nådde en tillväxt på 35,9 procent under perioden.

- Det finns ett uppdämt behov att röra sig och samlas kring idrotten. Vi lyckades precis genomföra Stadium Sports Camp med 1600 deltagande ungdomar, med vissa begränsningar för att minimera risken för smittspridning, och det märks hur tacksamma folk är att det går att genomföra sådana här aktiviteter igen och hur viktigt det är för ungdomarna rent socialt. För barnen och ungdomarna handlar det om så mycket mer än den sportsliga framgången. Sporten är viktig för aktivitet och rörelse, för den psykiska hälsan och inte minst för inkluderandenskap och integrationen. Där spelar den svenska idrottsrörelsen en otroligt viktig roll. Coronaåret 2020 blev en ekonomisk katastrof för många föreningar, och där har Stadium stöttat och visat att vi är en partner, säger Karl Eklöf, vd på Stadium.

+4,5%

Total försäljningsutveckling Q2 2021
Hela butiksbeståndet & e-handeln

+7,2%

Total försäljningsutveckling Q2 2021
Jämförbara enheter & e-handeln

+4,1%

Utveckling i fysisk butik Q2 2021
Jämförbara enheter

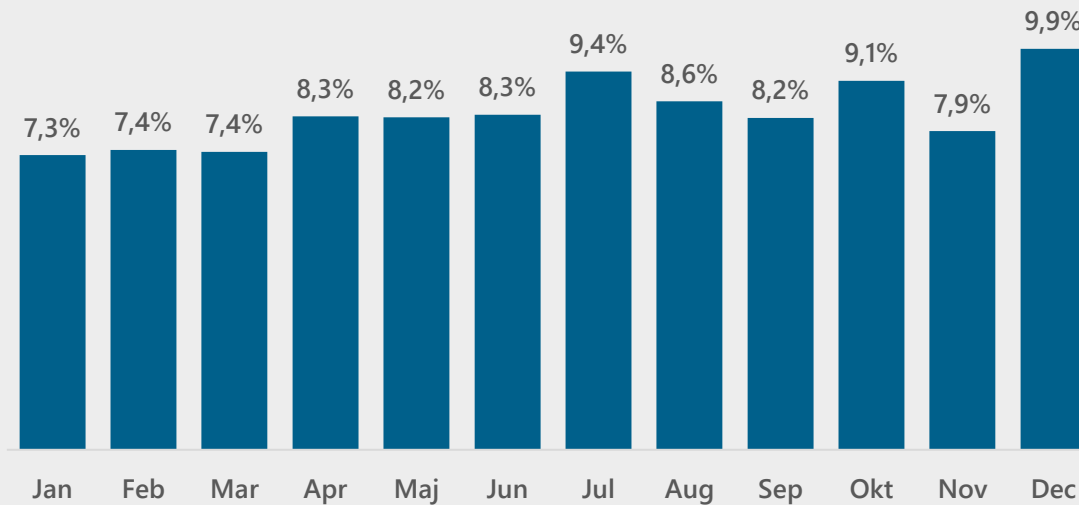
+24,4%

Utveckling i e-handeln Q2 2021

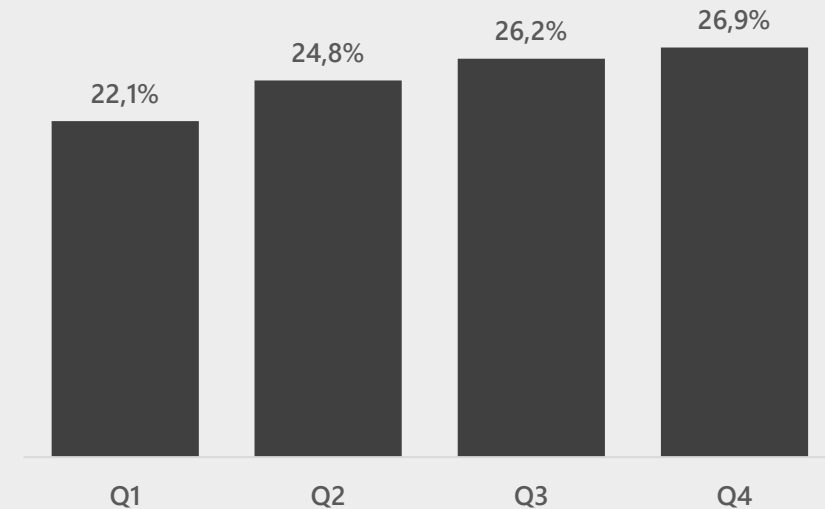
hui.

Sporthandelns fördelning av försäljning per månad och kvartal

Fördelning per månad

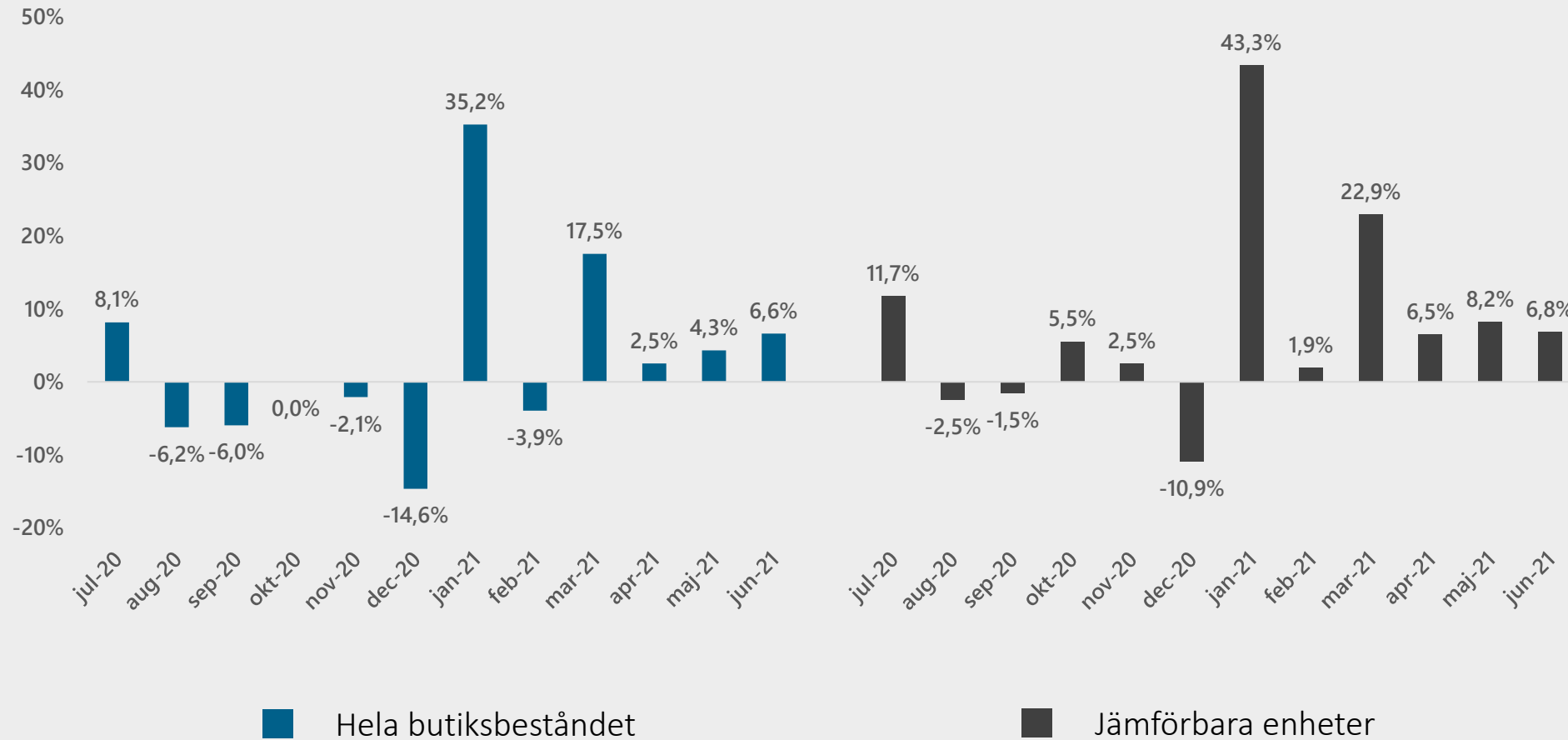


Fördelning per kvartal



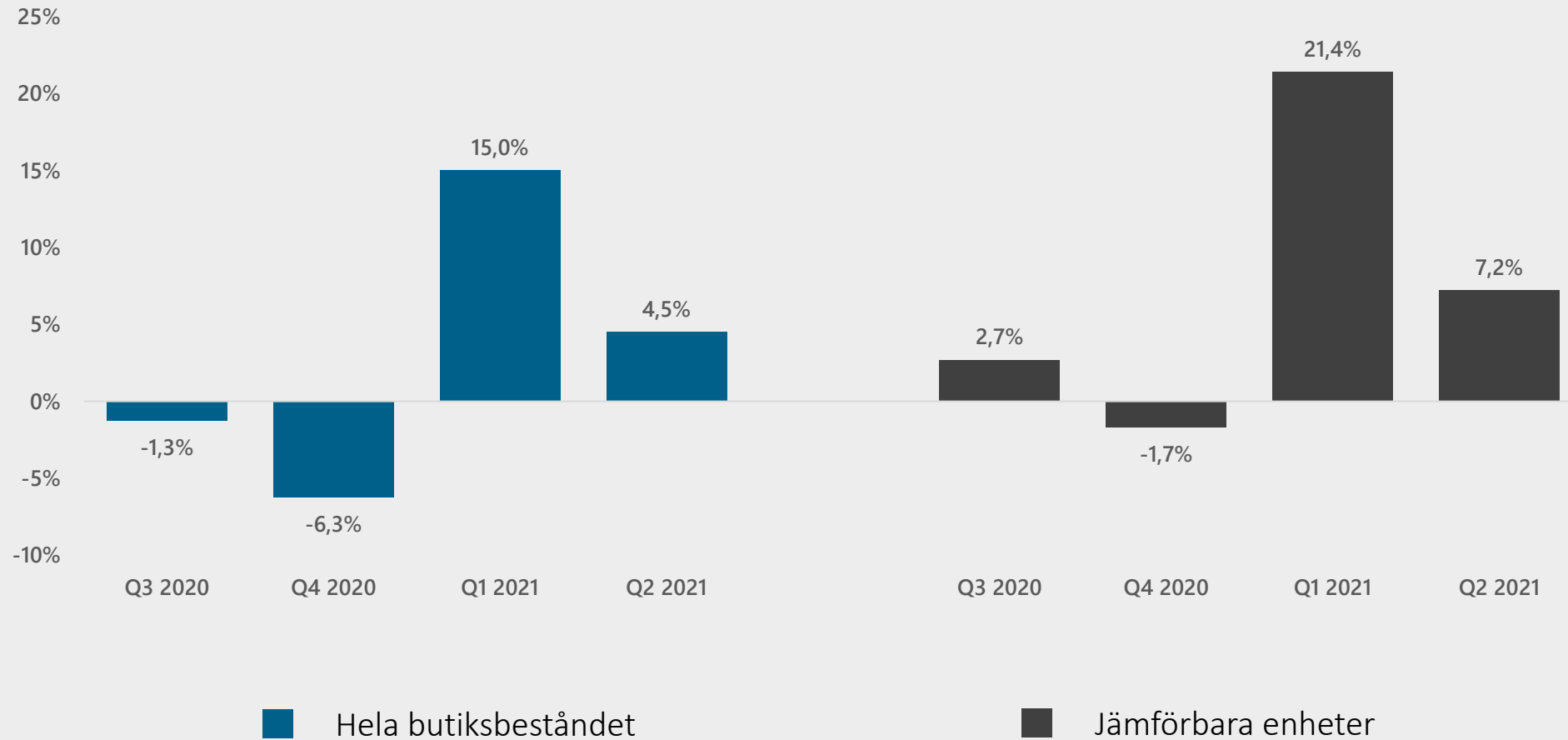
hui.

Försäljningsutveckling per månad



hui.

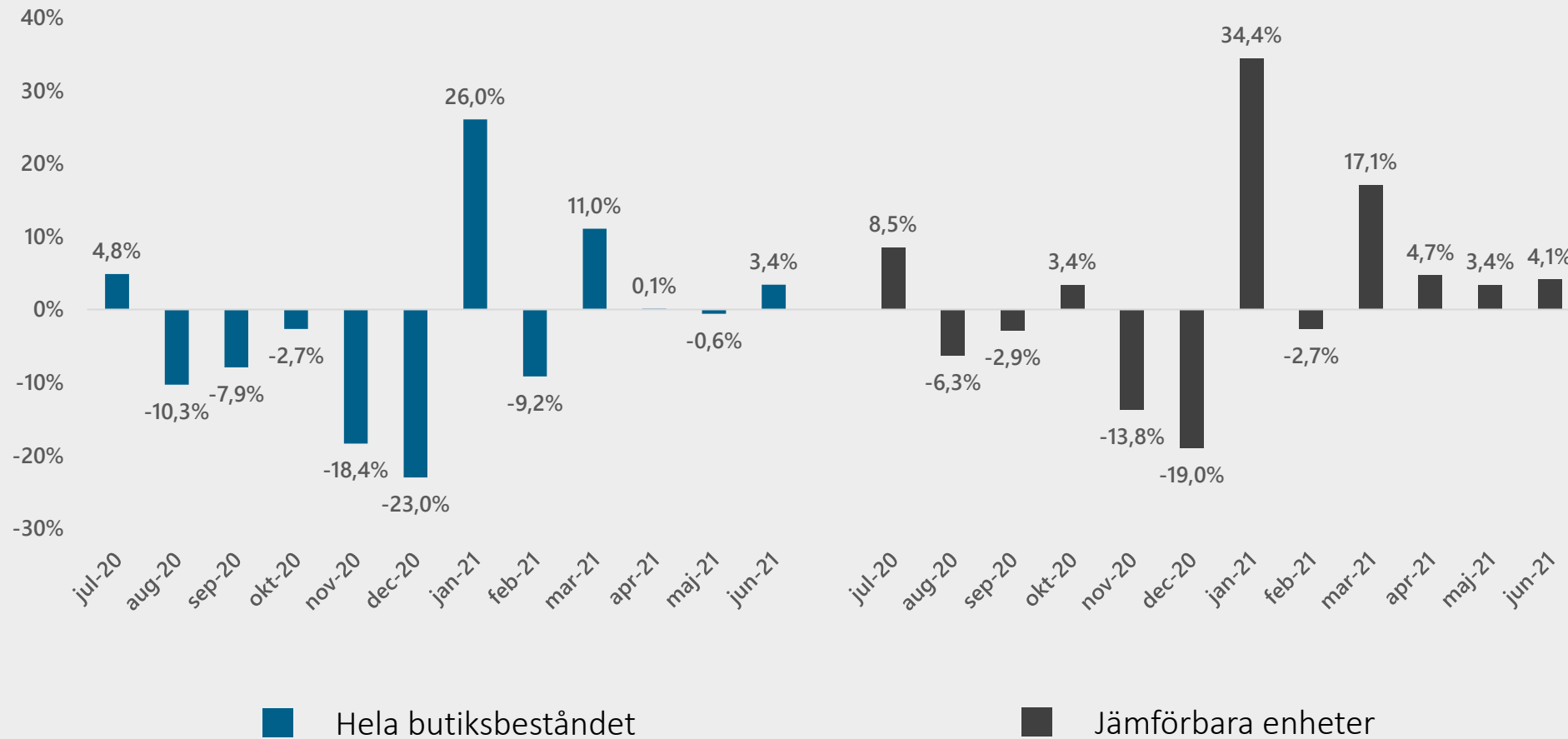
Försäljningsutveckling per kvartal



hul.

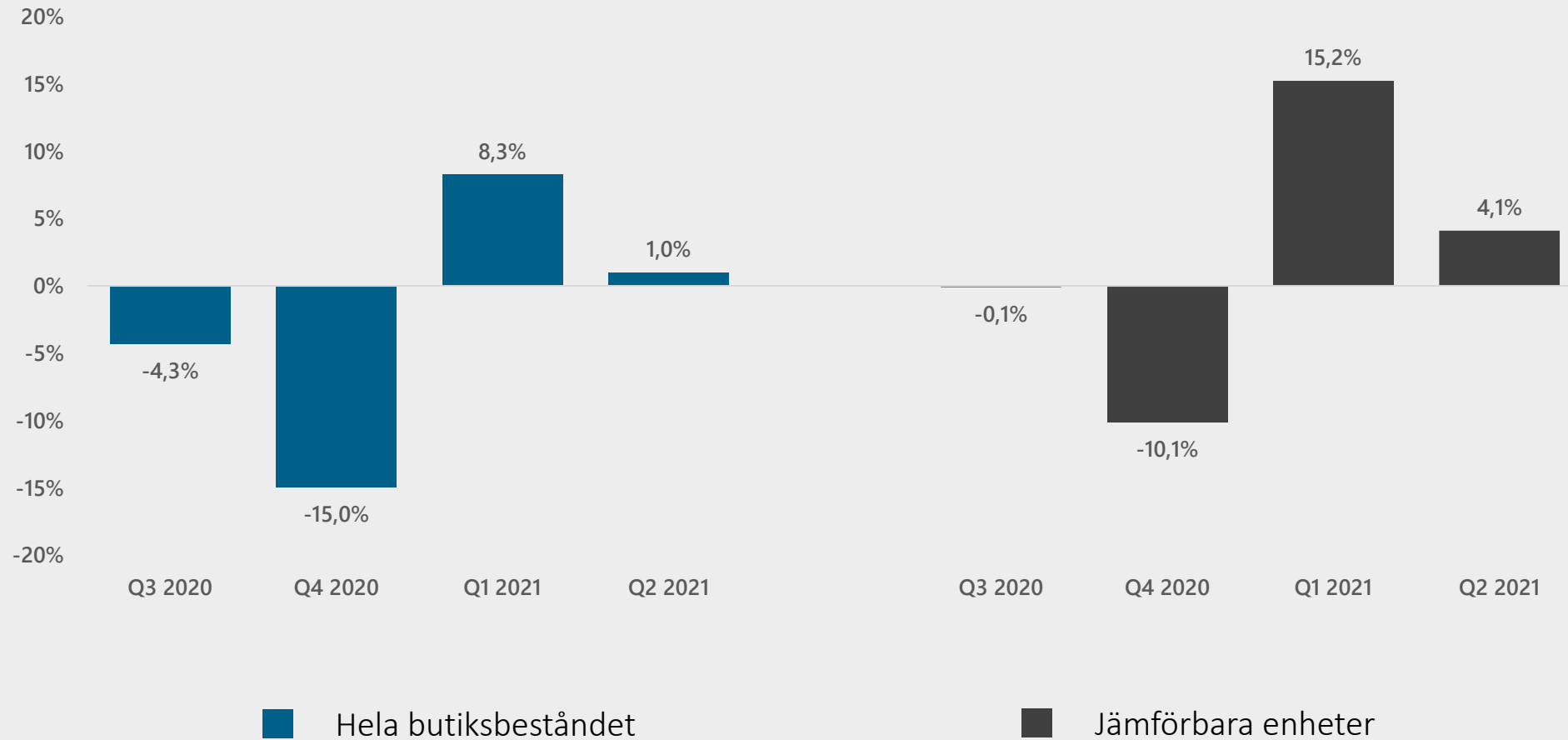
Utveckling jämfört med samma period föregående år.

Försäljningsutveckling i fysisk butik per månad



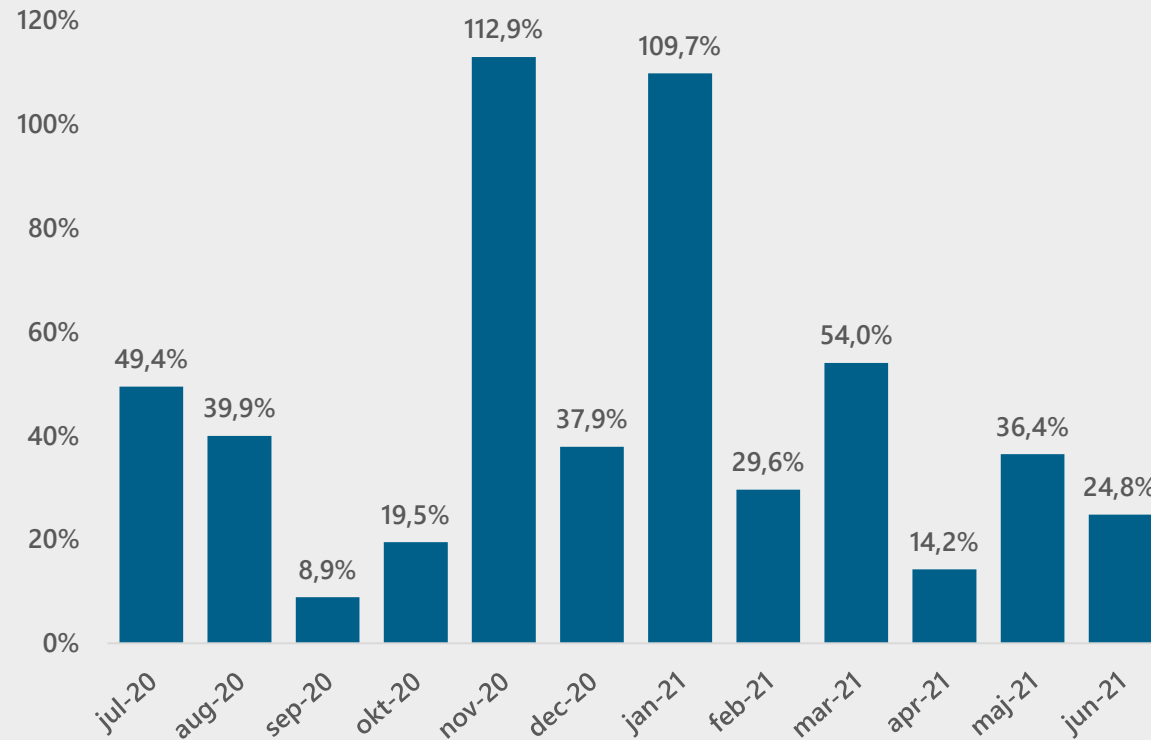
hui.

Försäljningsutveckling i fysisk butik per kvartal

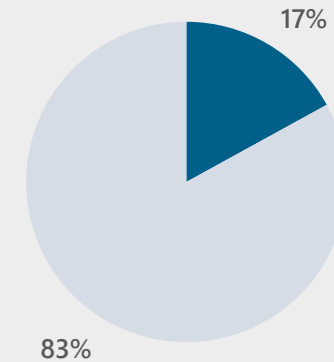


Försäljningsutveckling i e-handeln

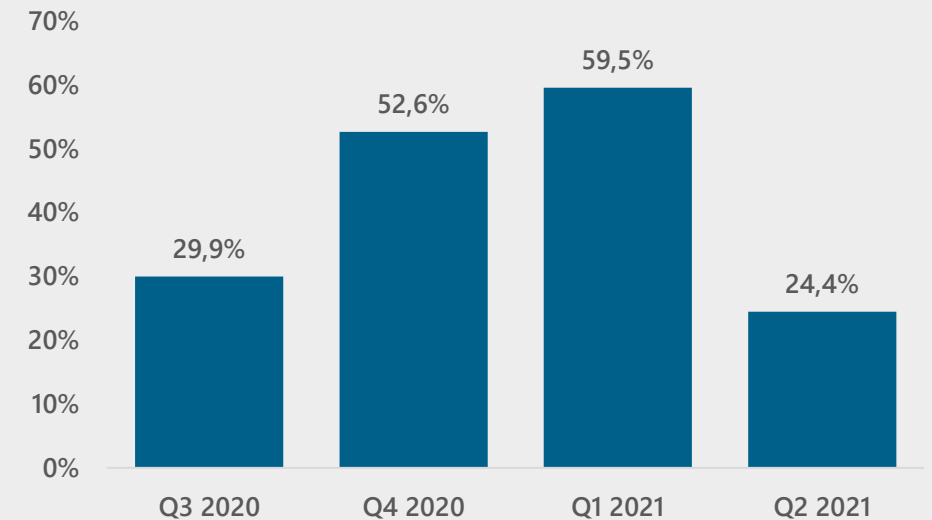
Månadsutveckling



Andel av total försäljning Q2 2021



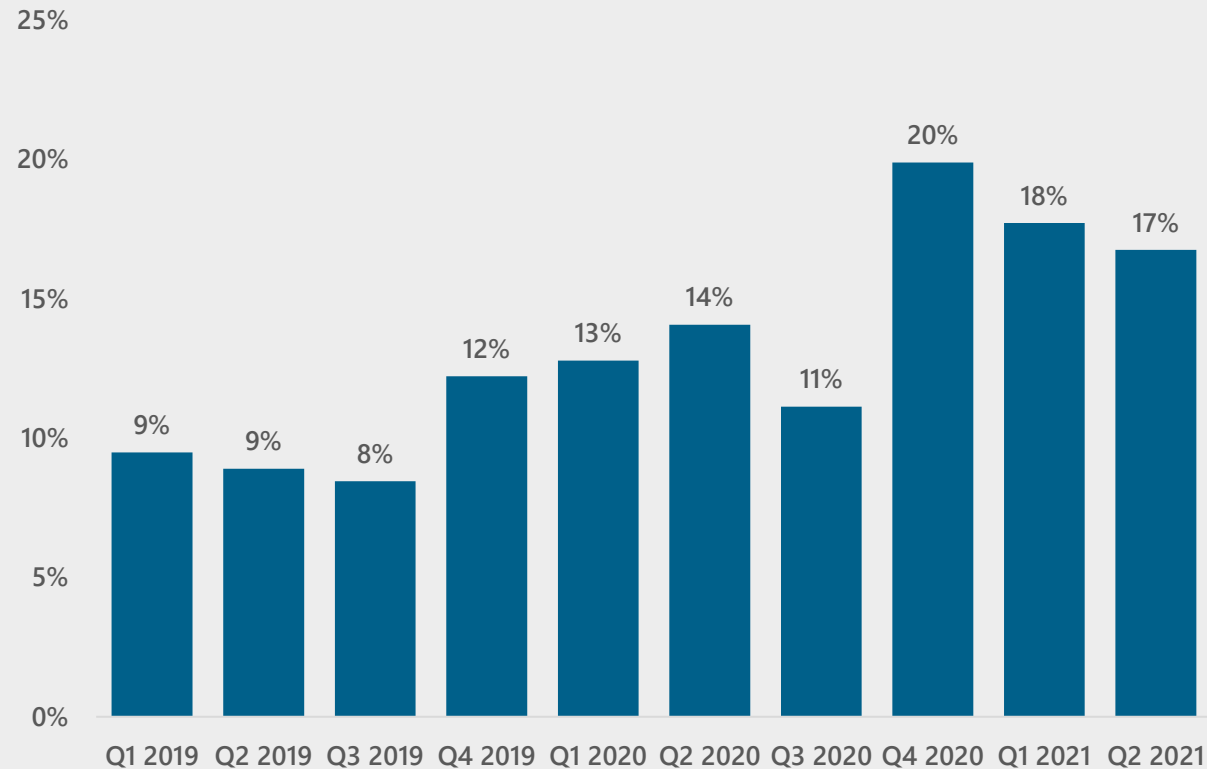
Kvartalsutveckling



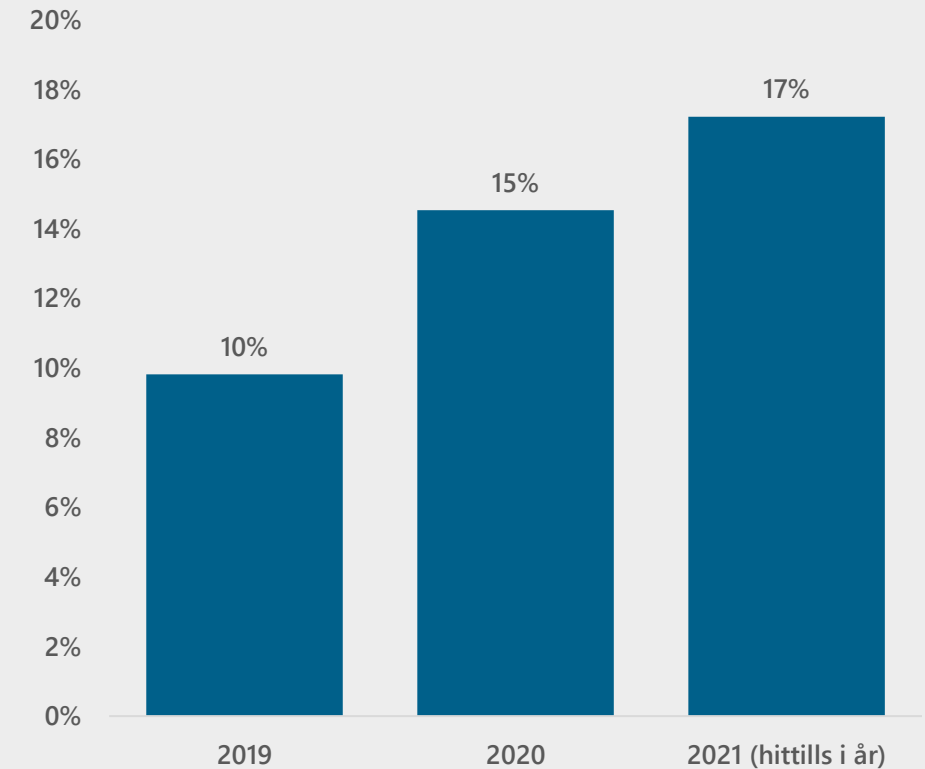
hui.

E-handels andel av försäljningen

E-handelsandel per kvartal



E-handelsandel per år



hui.

Utveckling jämfört med samma period föregående år.
Andel av total försäljning (hela butiksbeståndet samt e-handeln).

Produktkategoriernas utveckling & storlek

	Kläder			Skor			Utrustning		
	Total	Fysisk	E-handel	Total	Fysisk	E-handel	Total	Fysisk	E-handel
Q2	16,7%	11,8%	49,1%	12,5%	13,0%	10,1%	-7,1%	-11,6%	15,0%
April	16,8%	13,2%	34,7%	11,7%	13,5%	4,4%	-9,3%	-12,5%	5,2%
Maj	18,7%	12,2%	61,2%	15,5%	14,5%	22,0%	-9,1%	-15,5%	25,2%
Juni	14,9%	10,4%	54,1%	10,2%	10,8%	6,0%	-3,6%	-7,4%	15,3%
Hittills i år	20,6%	13,9%	66,1%	12,9%	10,6%	26,7%	6,5%	2,6%	25,6%
Rullande 12	7,1%	1,0%	52,4%	8,5%	4,8%	34,2%	4,5%	-0,7%	34,5%
Helår 2020	-3,4%	-8,3%	40,4%	-0,2%	-4,5%	35,1%	6,8%	0,2%	55,0%
Andel av total försäljning 2020	44%	44%	41%	26%	26%	24%	31%	30%	35%

För frågor gällande Sportindex, vänligen kontakta:

Claes Forsberg

Vd Svenskt Sportforum

070-492 14 50

claes.forsberg@svensktsportforum.se

För frågor gällande statistiken, vänligen kontakta:

Emelie Ekholm

Analytiker HUI Research

070-547 94 98

emelie.ekholm@hui.se

hui.

 Svenskt Sportforum
SPORTINDEX