



# Handel – status og utsikter

- Dempet i 2017 (bil, nett, tjenester), bedre driv i økonomien, men utfordringer

- 1** Viktige drivere for handel og forbruk
- 2** Året som gikk – vinnere (og tapere)
- 3** Året som kommer – hva har vi i vente? Viktige funn fra barometeret

# Hva bruker vi pengene på?



	2017	2000
<b>Mat og drikke*</b>	11 kr ↓	14 kr
Alkoh. & tobakk	4 kr	5 kr
<b>Klær og sko*</b>	4 kr ↓	6 kr
<b>Bolig og brensel</b>	22 kr ↑	19 kr
Møbler og hush. Art.*	6 kr	6 kr
Helse, utd, post mm	5 kr	6 kr
Transport	15 kr	15 kr
<b>Kultur og fritid* (inkl sport mm)</b>	10 kr ↓	13 kr
Overnattings- og serv.tjenester*	7 kr	6 kr
Andre varer* og tjenester	10 kr	9 kr
<b>Nordmenns konsum utland</b>	8 kr ↑	5 kr
(Utlendingers konsum* Norge)	3 kr	3 kr

\*Inngår i varehandels-rapporten

1. Økonomisk  
oppsving  
&  
befolkningen  
øker

3. Teknologi  
&  
Netthandel  
(og vi skifter ut  
bilparken)

# Forbruk & varehandel

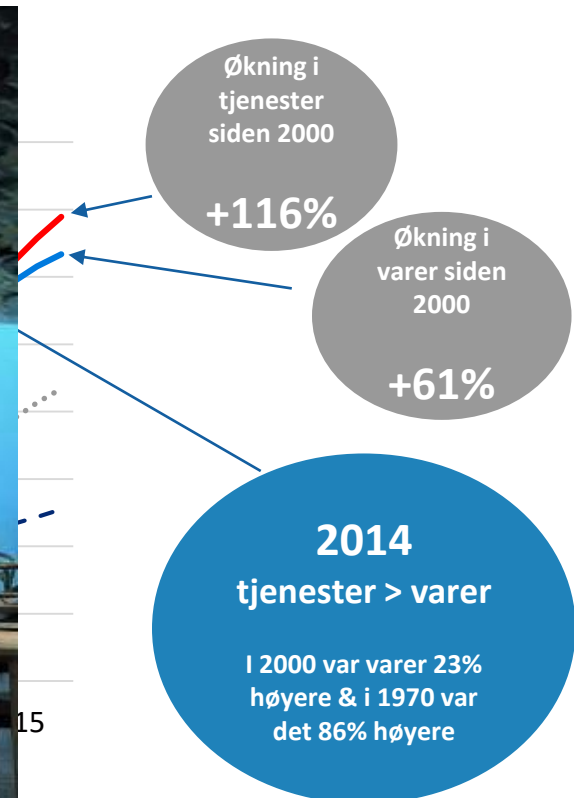
*4 viktige drivkrefter*

2. Tjenester er  
størst og øker  
mest

4. Handel  
hjemme vs  
utland  
&  
Sentrum vs  
kjøpesenter



# Tjenester større enn varer - forbruk endres med inntekt



Kilde: SSB

# Handel i kraftig endring – netthandel og el-bil tar av



**+281%**

Netthandel utland  
fra 2011 til 2017

**+17%**

Handel fysisk butikk  
2011 til 2017



**Bilsalg  
høyeste  
siden 1986**

# Økt konkurranse - Amazon is coming (also physically) to a place near you!

NYHETER Mandag 04. juni 2018

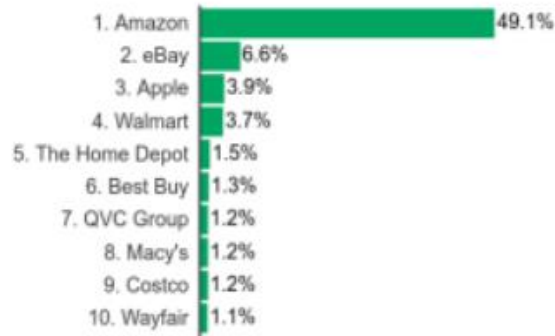
## Hva skjer når Amazon kommer?

Norske aktører vil gå fra å konkurrere i NM til VM over natten, og konkurrentene har allerede et forsprang.

Av Silje Rønne E-post: [silje@estatemedia.no](mailto:silje@estatemedia.no)

– Under NXT konferansen fikk vi høre at Amazon er på plass i Sverige innen Black Friday, det vil si 23. november. Det betyr at de snart er på vei inn i Norge. Amazon er et stort selskap som ønsker å ta over verden. Jeff Bezos, CEO i Amazon sier: «Din fortjeneste, min mulighet». De har en veldig aggressiv taktikk, de starter i et marked, tar over de bransjene de vurderer som lønnsomme og fortsetter til neste marked, forklarer Steffen Larvoll, markedsjef i Lager & Industrisystemer AS.

### Top 10 U.S. companies based on % of e-commerce sales

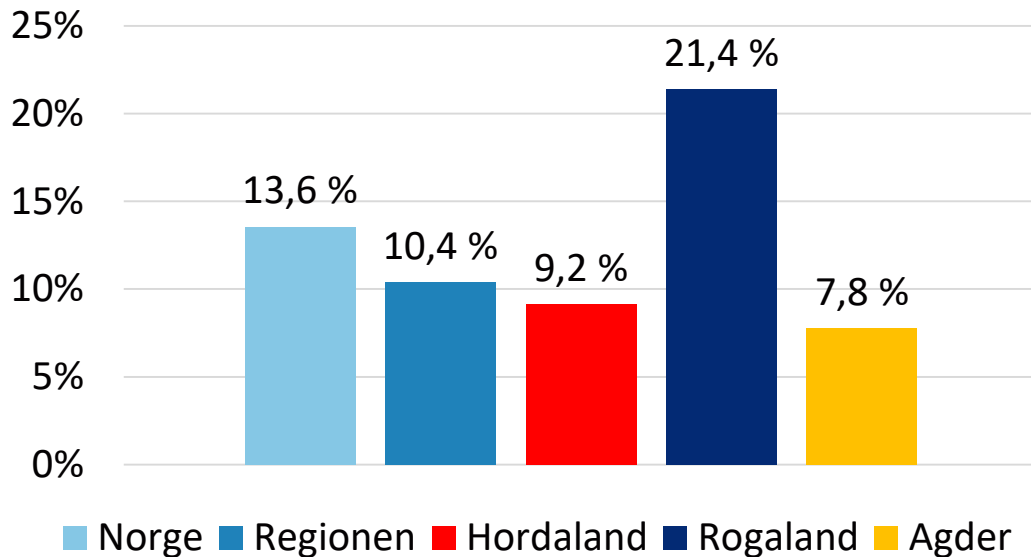


Source: eMarketer, July 2018

TE

# Internetthandel - høy vekst, men fra lave nivåer

Internetthandel i 2017, endring fra 2016 (%)





**1**

Viktige drivere for handel og forbruk

**2**

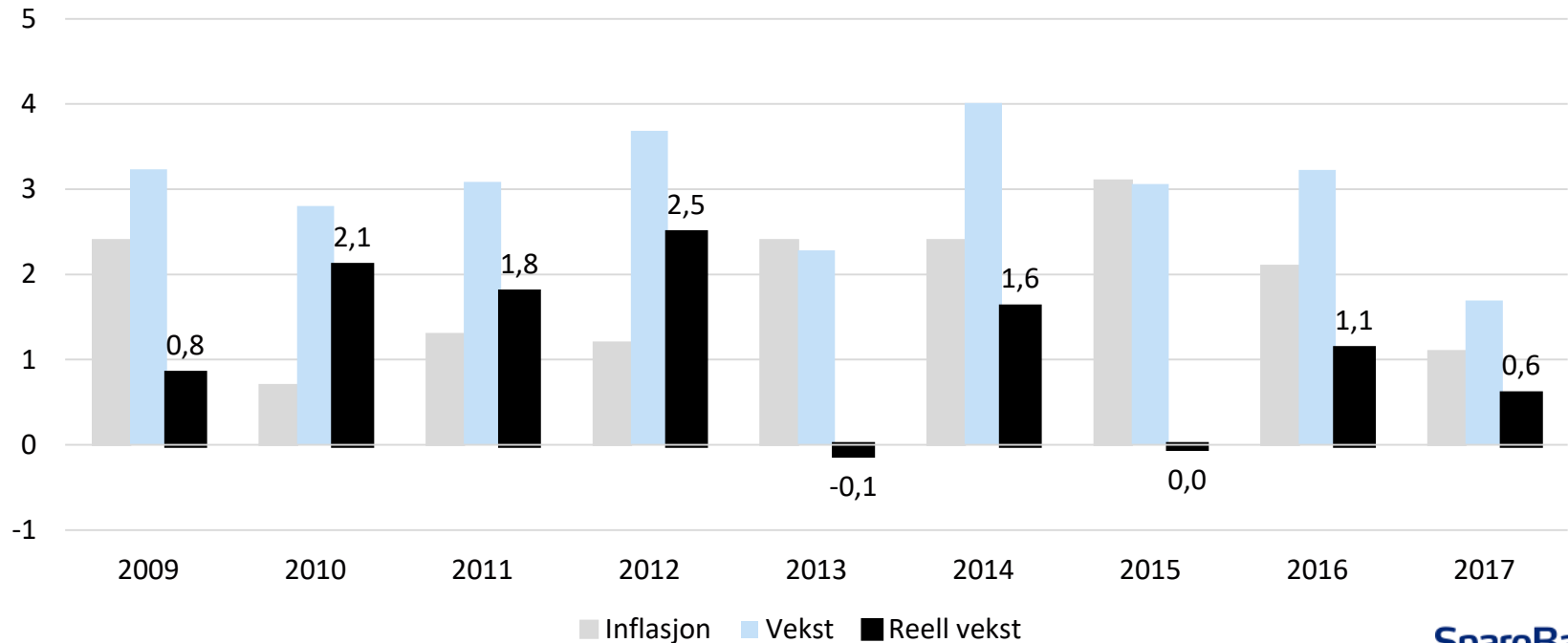
Året som gikk – vinnere (og tapere)

**3**

Året som kommer – hva har vi i vente? Viktige funn fra barometeret

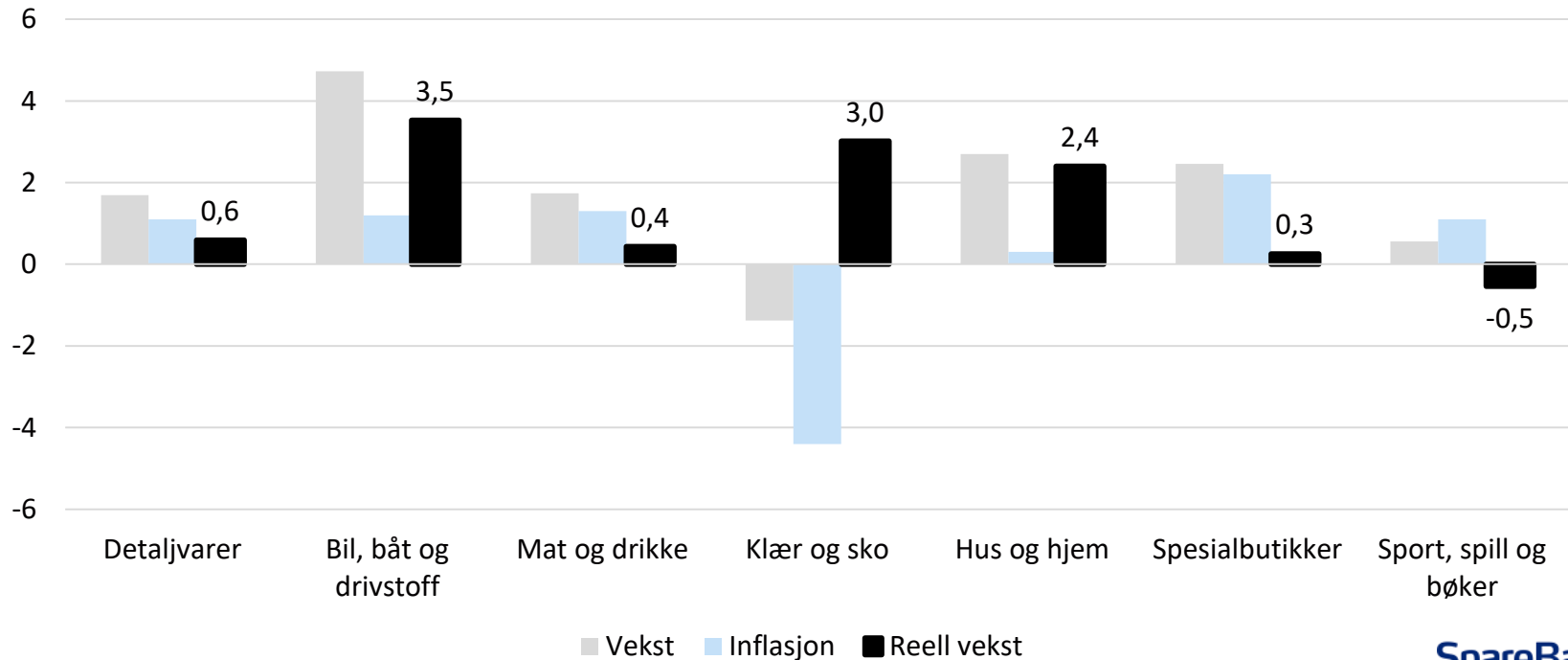
# Norge – reell vekst i detaljhandel på 0,6% i 2017

Reell endring i detaljhandel i Norge



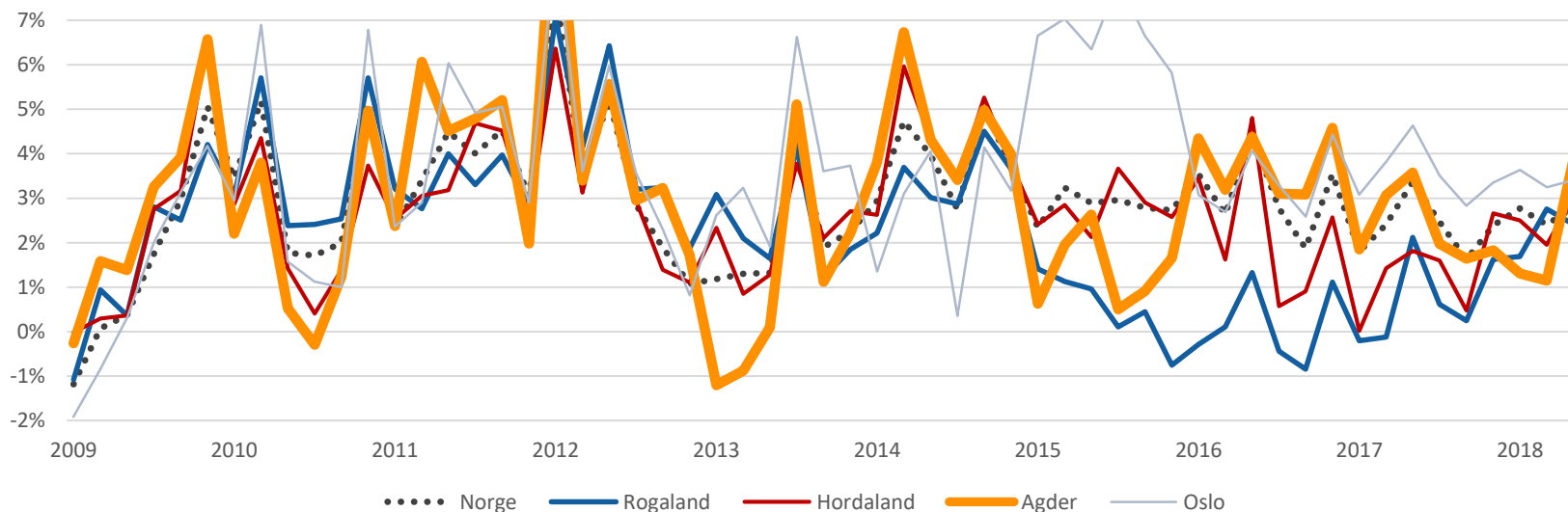
# Norge – reell vekst i 2017 for alle varegrupper eks. sport (dårlig vinter og høy konkurranse)

Reell vekst i 2017 i Norge



# Norge – varehandel i nominelle kroner har økt med nær 3% hittil i 2018 (juni) og vekst i Agder

Detaljhandel (eks. motorvogner), årlig endring i omsetning fra samme 2-mnd periode året før





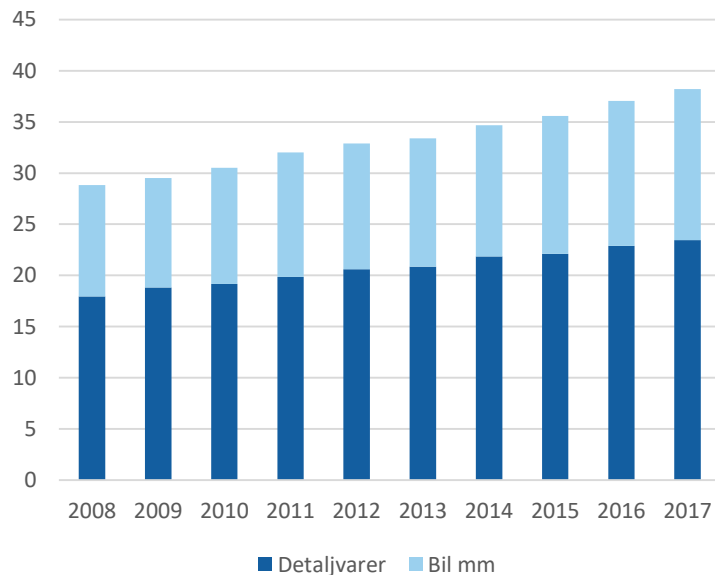
# Varehandelsrapporten

Arendal og Grimstad | 2018

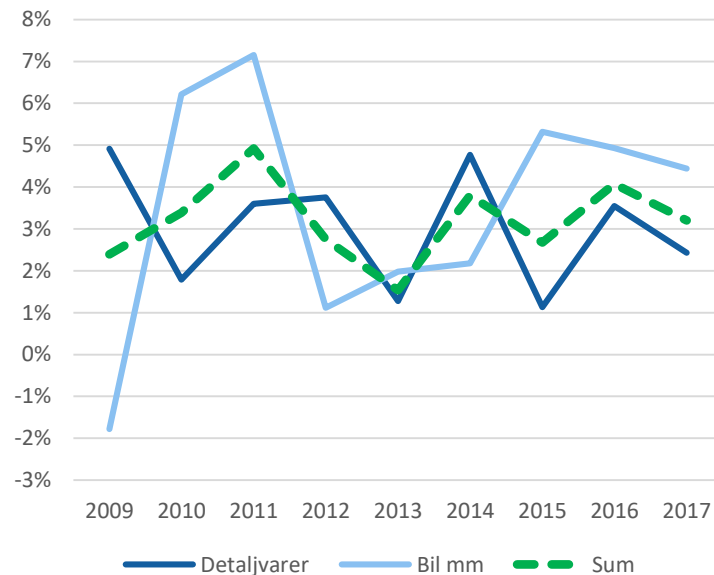


# Agder – 23 mrd kroner på varehandel og 15 mrd kroner på bil mm – høyest vekst i bil siste 3 år

Handel Agder mrd kroner



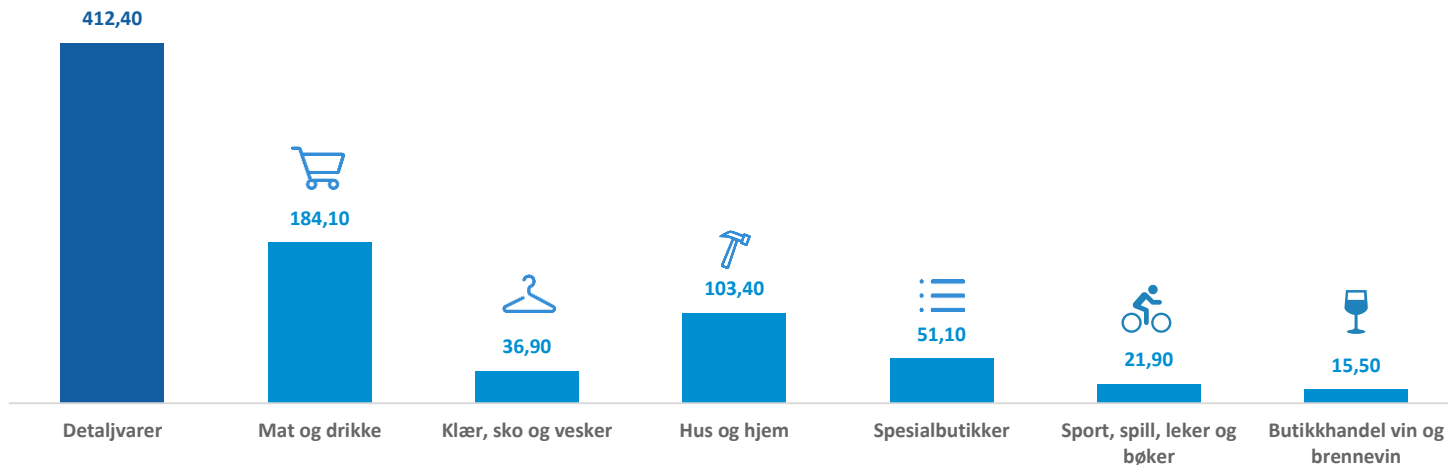
Handel Agder, årlig endring (%)



Kilde: SSB. \*Bil mm inneholder: handel med og reparasjon av motorvogner, fritidsbåter og drivstoff. Drivstoff utgjør omtrent 25% av denne posten

# Norge

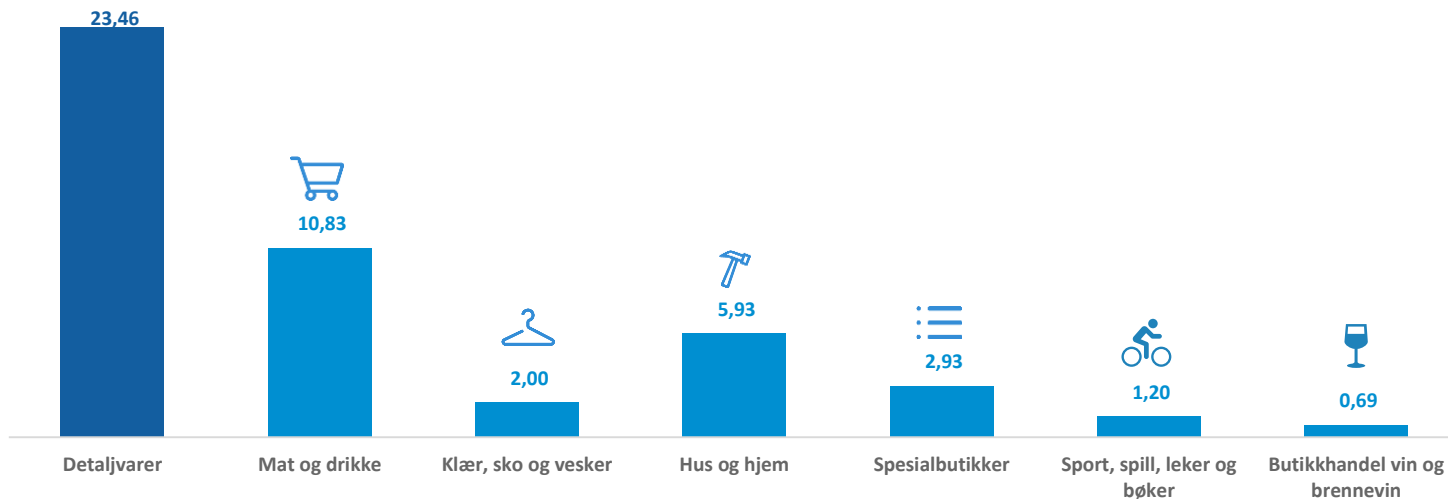
Handel  
(mrd kr)



Vekst 2017	1,7 %	1,7 %	-1,4 %	2,7 %	2,5 %	0,6 %	1,3 %
Vekst 2016	3,2 %	3,7 %	1,1 %	3,0 %	3,5 %	1,5 %	3,1 %
Vekst 2015	3,1 %	3,1 %	1,4 %	2,9 %	4,7 %	5,2 %	1,4 %

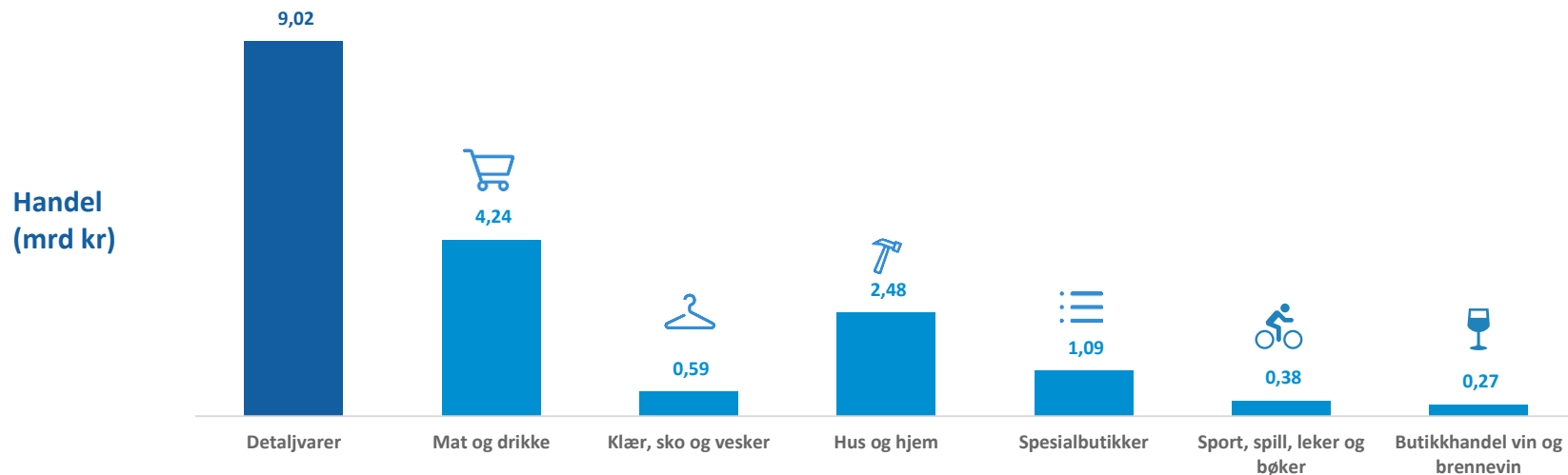
# Agder

Handel  
(mrd kr)



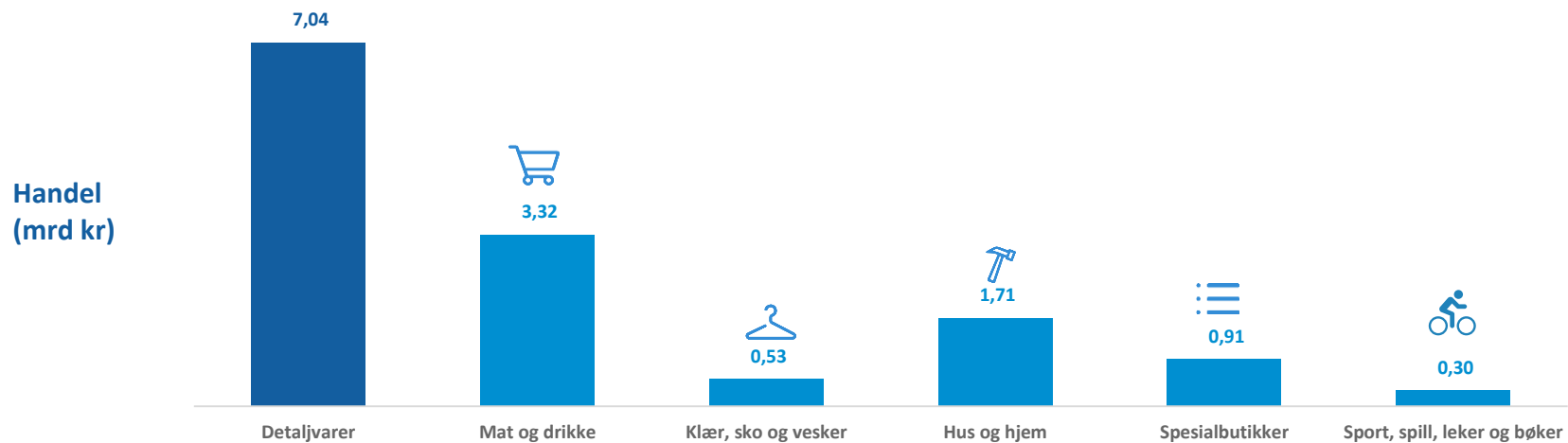
Vekst 2017	2,4 %	1,9 %	-0,6 %	3,9 %	4,6 %	0,8 %	1,1 %
Vekst 2016	3,5 %	4,3 %	1,3 %	2,8 %	3,6 %	3,9 %	3,3 %
Vekst 2015	1,1 %	2,7 %	-0,7 %	-1,6 %	5,4 %	-3,8 %	0,6 %

# Aust-Agder



Vekst 2017	2,5 %	2,2 %	0,1 %	3,7 %	2,8 %	3,8 %	1,1 %
Vekst 2016	3,9 %	4,4 %	-0,6 %	4,4 %	4,1 %	1,1 %	3,2 %
Vekst 2015	0,7 %	2,3 %	-2,7 %	0,6 %	4,9 %	-15,5 %	0,4 %

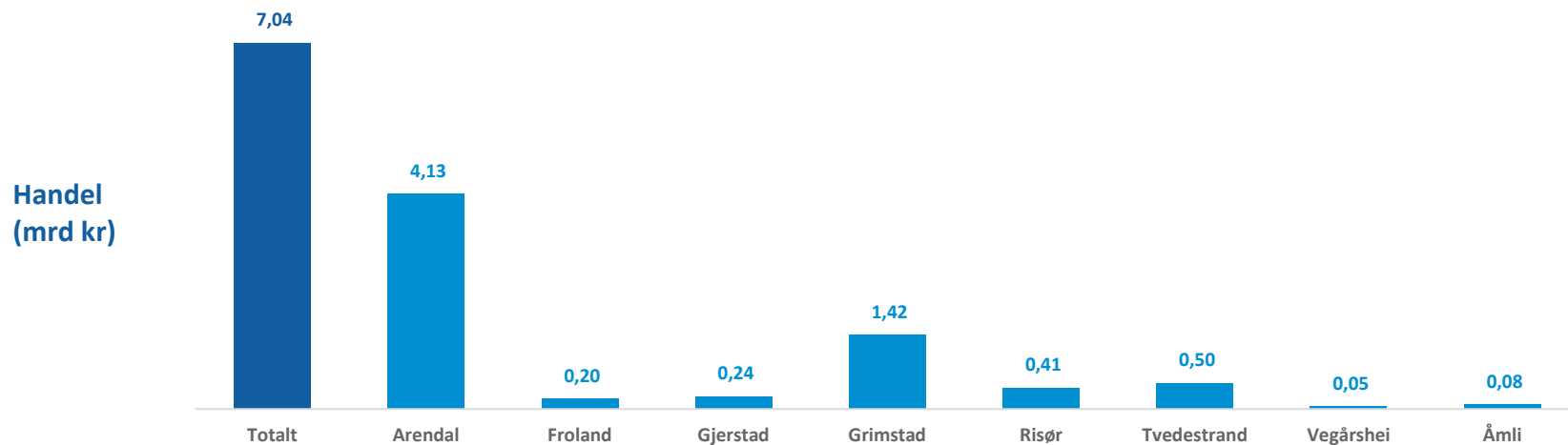
# Arendal og Grimstad og omegn



Vekst 2017	2,4 %	1,8 %	-1,2 %	5,9 %	2,5 %	0,7 %
Vekst 2016	3,9 %	8,8 %	-1,0 %	5,0 %	3,8 %	0,2 %
Vekst 2015	0,1 %	-1,7 %	-3,3 %	0,1 %	4,5 %	-19,4 %



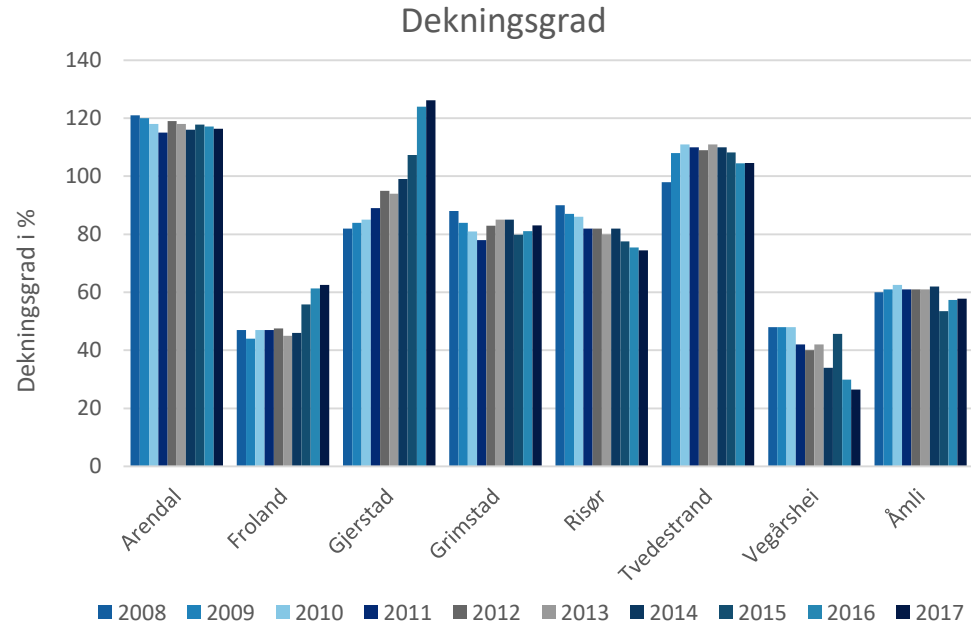
# Kommuner



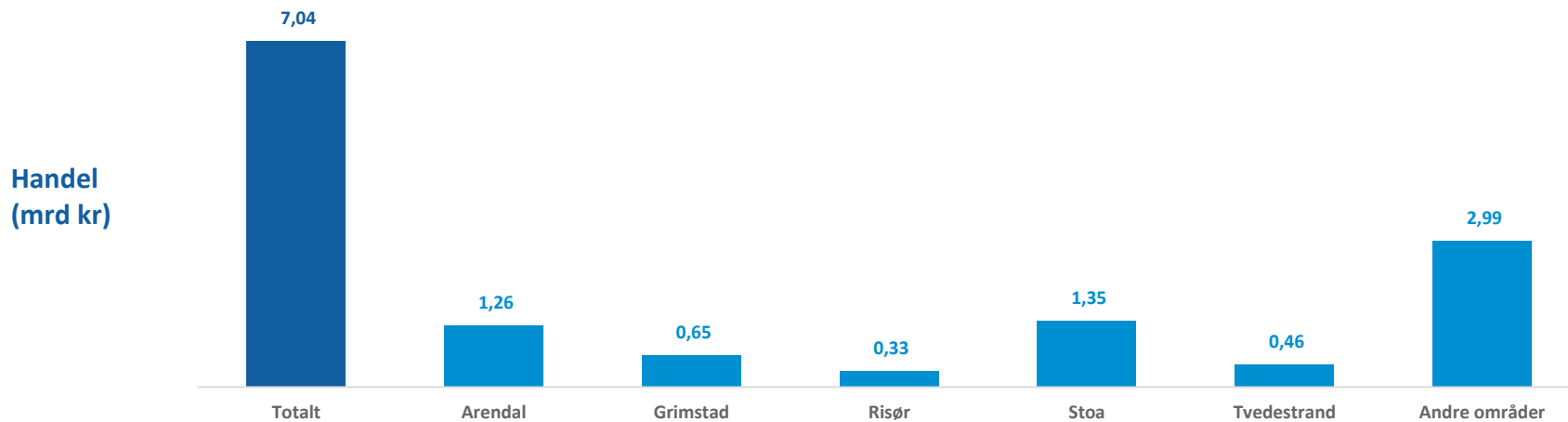
Vekst 2017	2,4 %	1,7 %	3,7 %	4,6 %	4,5 %	1,4 %	2,6 %	-0,9 %	2,9 %
Vekst 2016	3,9 %	3,3 %	9,4 %	20,6 %	5,1 %	1,9 %	0,1 %	-11,9 %	7,8 %
Vekst 2015	0,1 %	1,9 %	10,0 %	8,4 %	-5,0 %	-4,3 %	-1,7 %	11,8 %	-8,4 %

# Dekningsgrad

- Handel vs kjøpekraft/befolkn.
- Grimstad og Froland noe opp
- Arendal: høy, men litt ned
- Gjerstad: økt mest
- Risør og Vegårshei lavere



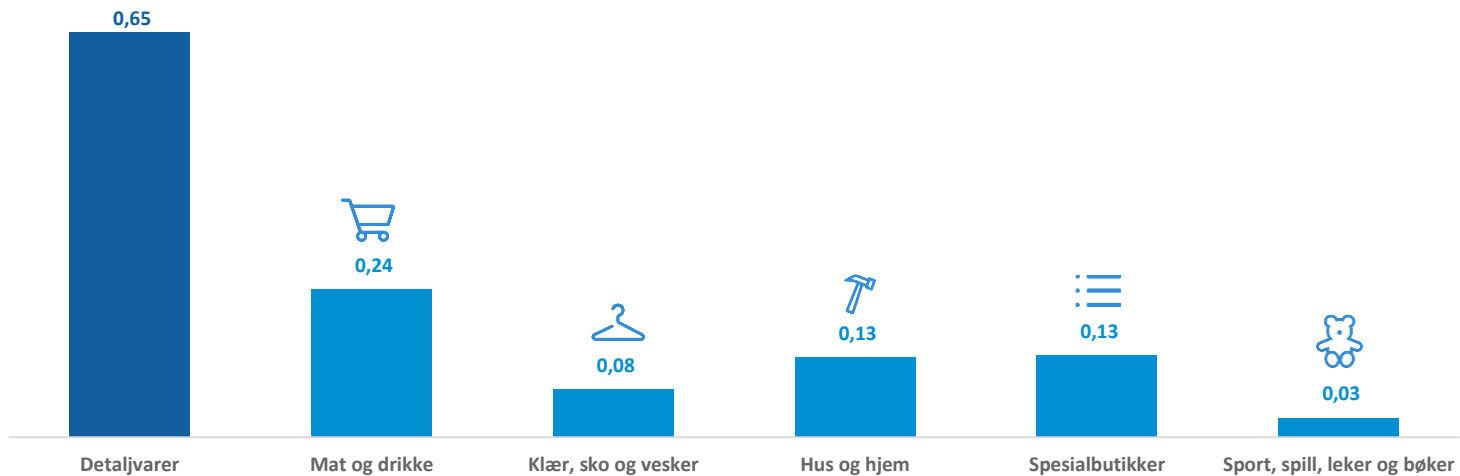
# Handelssentre



Vekst 2017	2,4 %	1,1 %	-0,1 %	-7,7 %	3,9 %	2,8 %	4,1 %
Vekst 2016	3,9 %	2,5 %	-0,5 %	-2,7 %	2,8 %	1,2 %	7,5 %
Vekst 2015	0,1 %	0,1 %	-3,8 %	-3,9 %	0,0 %	-3,5 %	2,5 %

# Grimstad

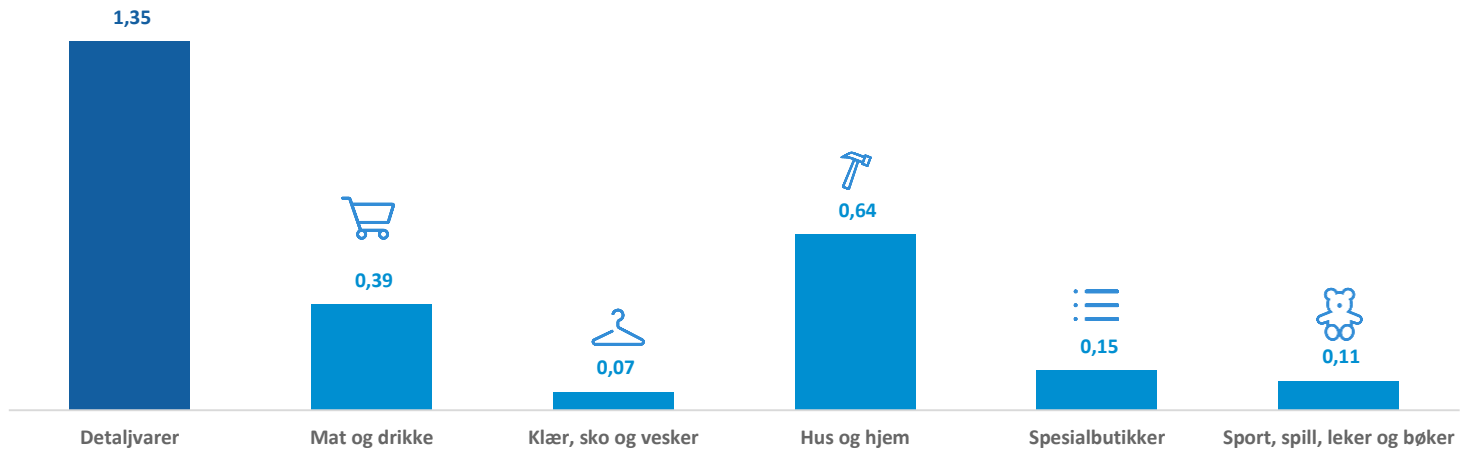
Handel  
(mrd kr)



Vekst 2017	-0,1 %	-5,9 %	6,1 %	4,1 %	6,6 %	-4,4 %
Vekst 2016	-0,5 %	-1,7 %	-3,2 %	-5,0 %	6,7 %	-0,6 %
Vekst 2015	-3,8 %	-3,7 %	-0,8 %	-2,1 %	-1,3 %	-22,4 %

# Stoa

Handel  
(mrd kr)



Vekst 2017	3,9 %	4,2 %	-4,8 %	6,3 %	1,6 %	-1,8 %
Vekst 2016	2,8 %	5,1 %	1,2 %	1,4 %	5,9 %	0,3 %
Vekst 2015	0,0 %	-4,1 %	-2,7 %	1,3 %	8,6 %	0,4 %



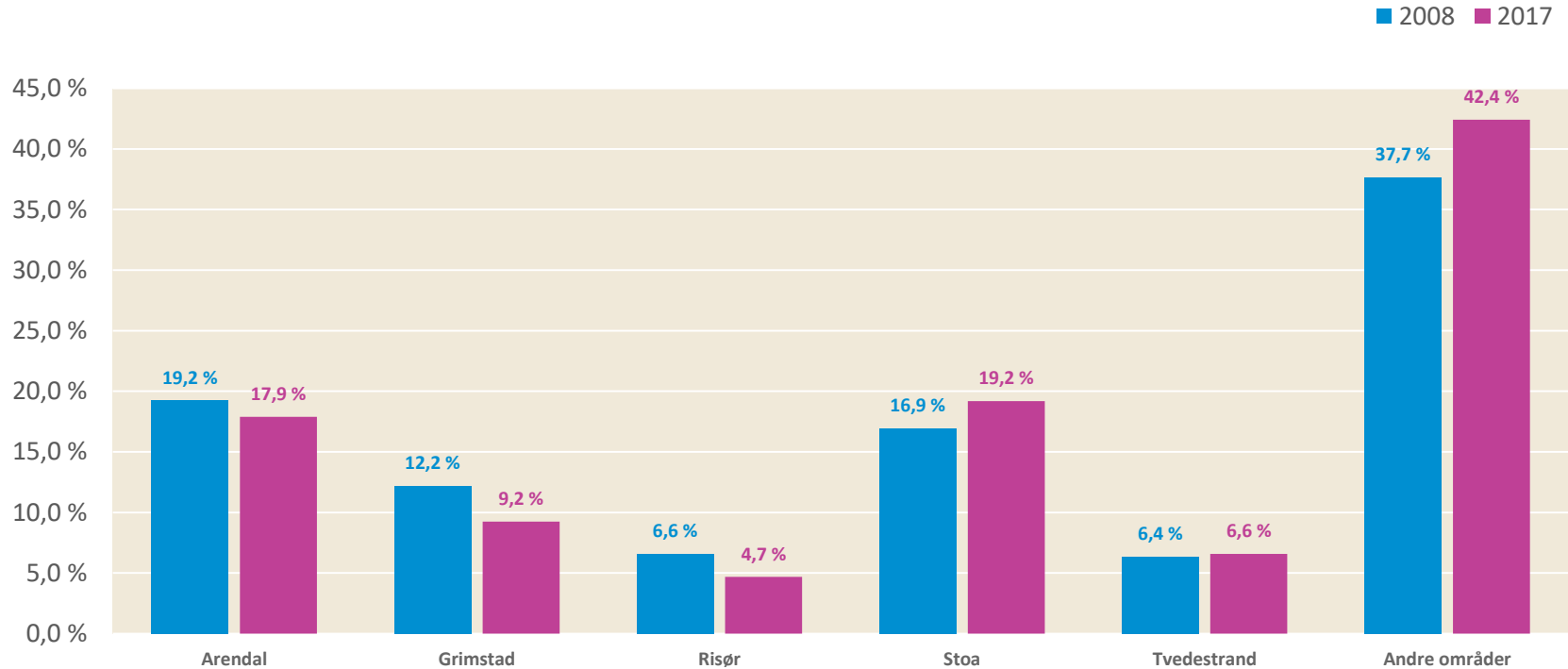
# Arendal

Handel  
(mrd kr)



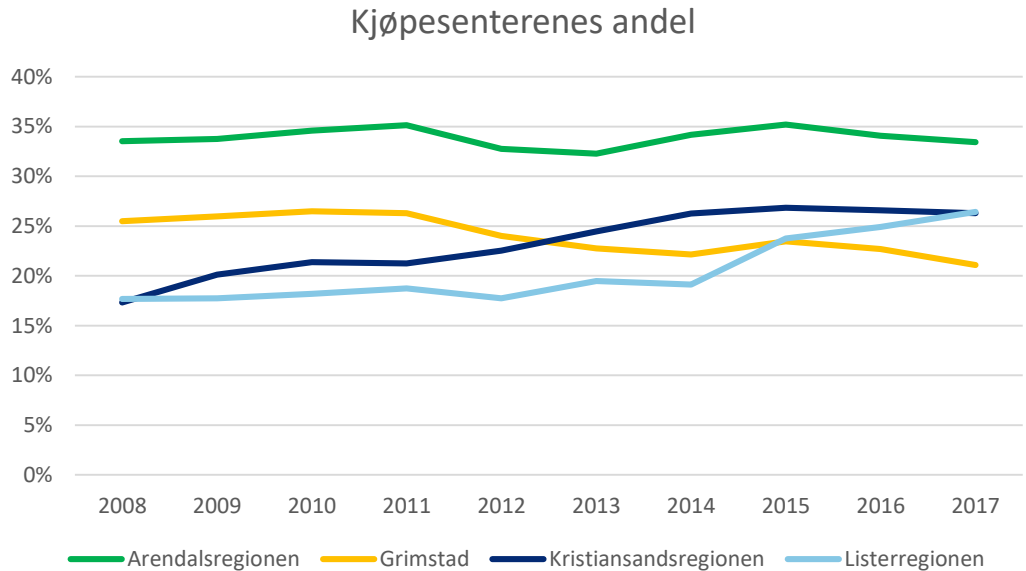
Vekst 2017	1,1 %	0,2 %	-5,8 %	11,8 %	-0,3 %	0,1 %
Vekst 2016	2,5 %	3,2 %	-0,8 %	8,7 %	1,2 %	-0,3 %
Vekst 2015	0,1 %	-0,2 %	-10,1 %	7,7 %	7,5 %	6,4 %

# Markedsandeler



# Kjøpesentrenes andel

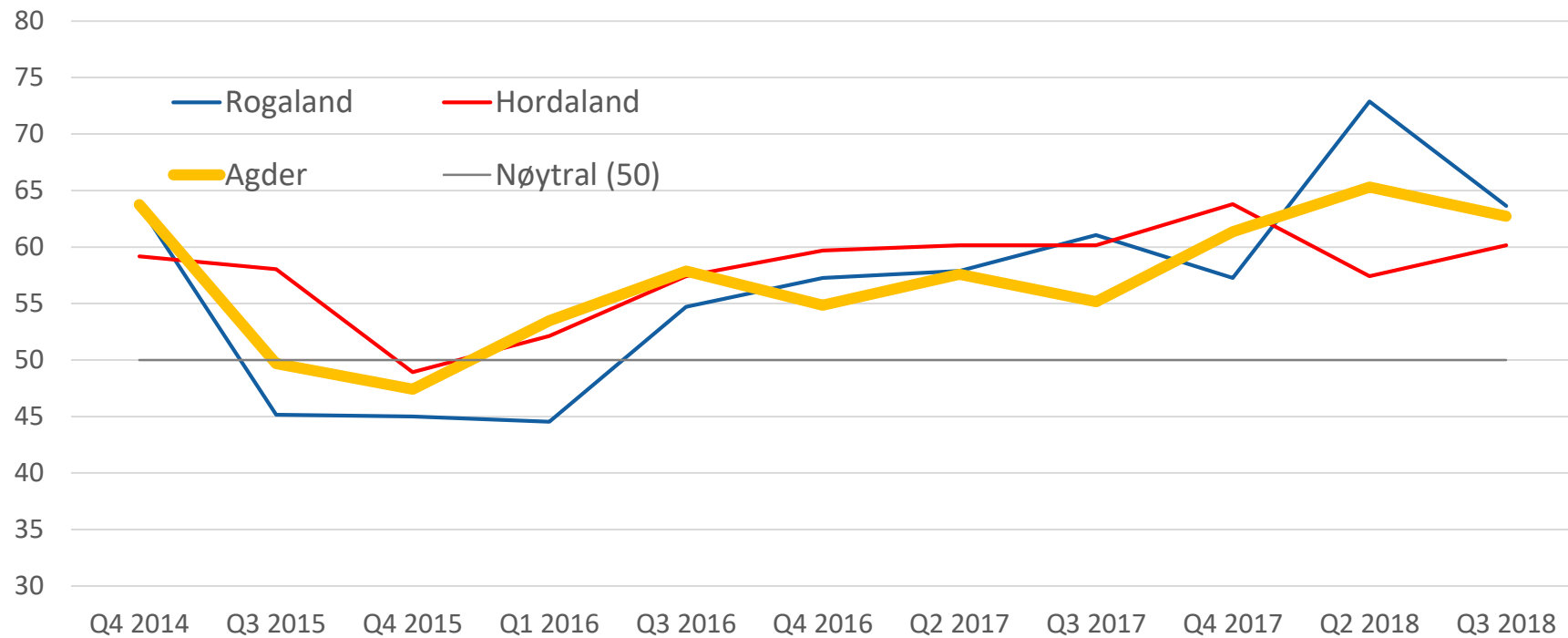
- Høyest kjøpesenterandel i Arendalsregionen, ca 33 % andel av handelen
- Redusert markedsandel siste år
- Stoa vest og Amfi Arendal er størst i Arendalsregionen



# Og så – hva venter varehandelsbedriftene for det kommende året?



## Varehandel - forventninger neste 12 mnd





# Oppsummering

- Enorm opptur, hard nedtur, overraskende omslag
- 2018 – oljeopptur og vekst i jobber
- Utfordringer & muligheter: Varehandel støttes av bedring, men strukturelle utfordr (nett og tjenester), infrastruktur blir viktig
- Vi venter vekst i varehandelen det kommende året:
- Hordaland +3%, Agder +3% og Rogaland +4%