

---

## Servicehandelsindex

- Servicehandelns utveckling  
tredje kvartalet 2014

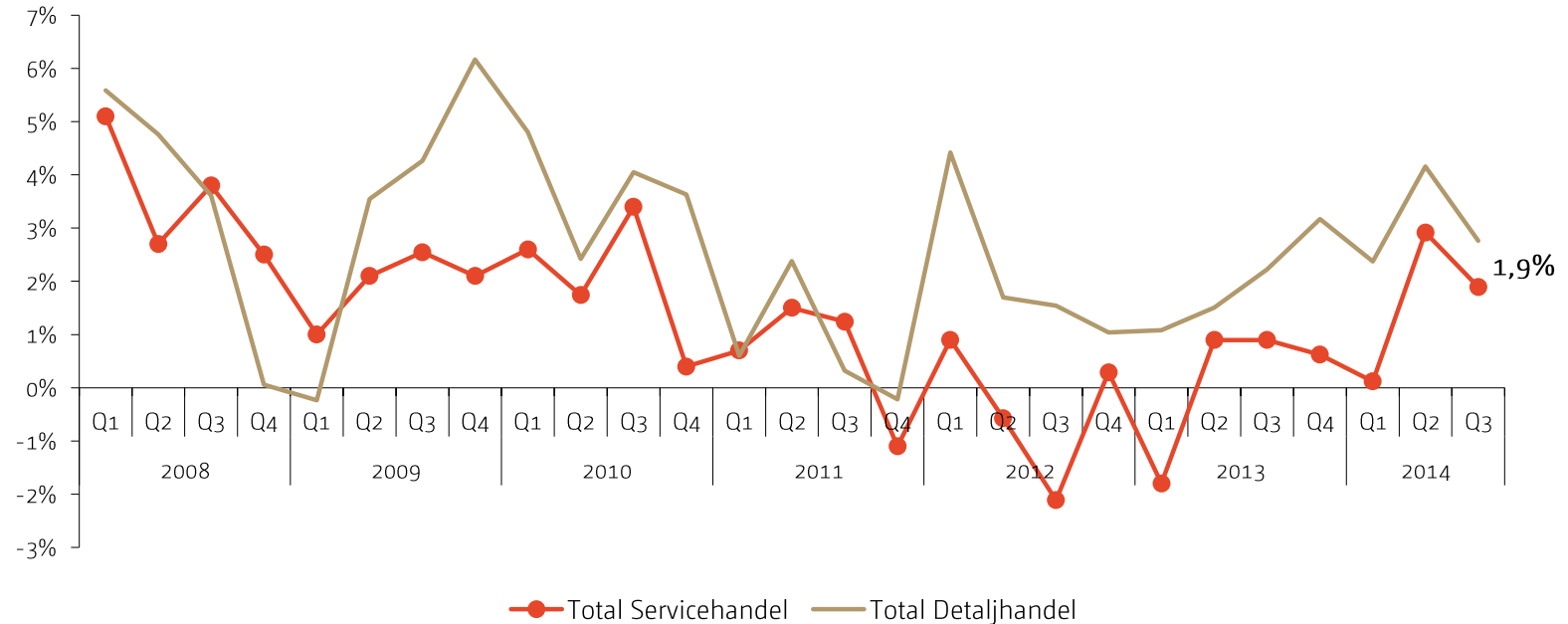
**Svensk Servicehandel & Fast Food**

## HUI Research

På uppdrag av  
Svensk Servicehandel &  
Fast Food

November 2014

# Omsättningsutvecklingen inom servicehandeln jämfört med utvecklingen inom detaljhandeln



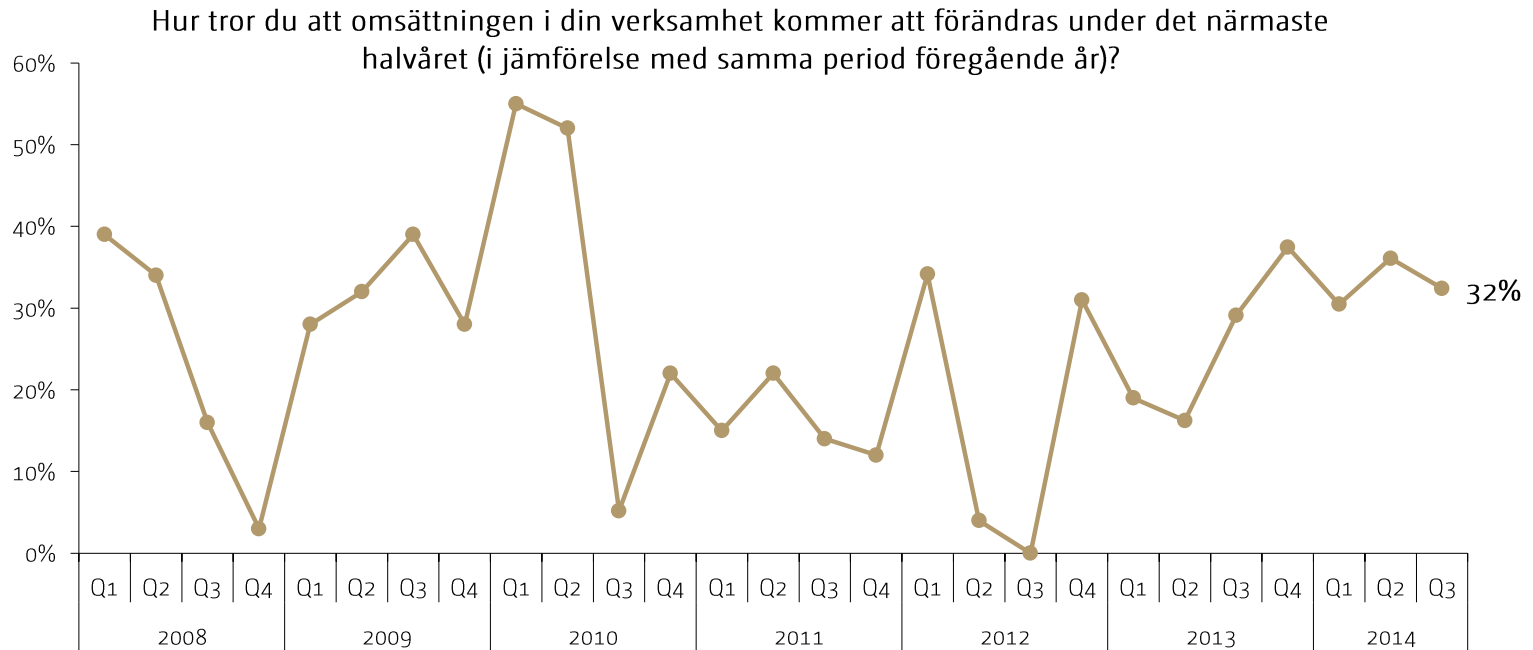
Diagrammet illustrerar branschernas försäljning jämfört med motsvarande kvartal föregående år. I servicehandeln mäts försäljningen i jämförbara enheter till skillnad från detaljhandeln som avser total försäljning.

Utvecklingen kommenteras på nästa sida

# Omsättningsutvecklingen inom servicehandeln jämfört med utvecklingen inom detaljhandeln

- Servicehandelsindex ökade med 1,9 procent under tredje kvartalet, mätt i jämförbara enheter och i löpande priser. Den positiva trenden i branschen håller i sig och försäljningen ökade i alla servicehandels delbranscher. Café uppvisade starkast tillväxt under tredje kvartalet med 5,5 procent. Det är fjärde kvartalet i rad som Café har starkast tillväxt av alla delbranscher. Näst starkast tillväxt hade Spel & Tobak vars försäljning ökade med 2,3 procent. Fast Foods försäljning ökade med 1,2 procent. Svagast tillväxt under tredje kvartalet hade Trafikbutikerna och Minilivs. Försäljningen i delbranscherna ökade med 0,1 respektive 0,4 procent.
- Detaljhandels totala försäljning ökade med 2,8 procent under det tredje kvartalet. En tydlig trend i detaljhandeln är att konsumenterna återigen handlar mer kapitaltunga varor. Majoriteten av delbranscherna inom sällanköpsvaruhandeln har utvecklats positivt hittills i år. Sammantaget har sällanköpsvaruhandels försäljning ökat med 4,2 procent mellan januari och september i år jämfört med samma period förra året. HUI Researchs prognos för den totala detaljhandels tillväxt ligger på 3,0 procent för 2014.

# Servicehandlarnas framtidstro för det kommande halvåret – historisk tillbakablick



Diagrammet illustrerar andelen optimistiska servicehandlare i förhållande till andelen pessimistiska servicehandlare.

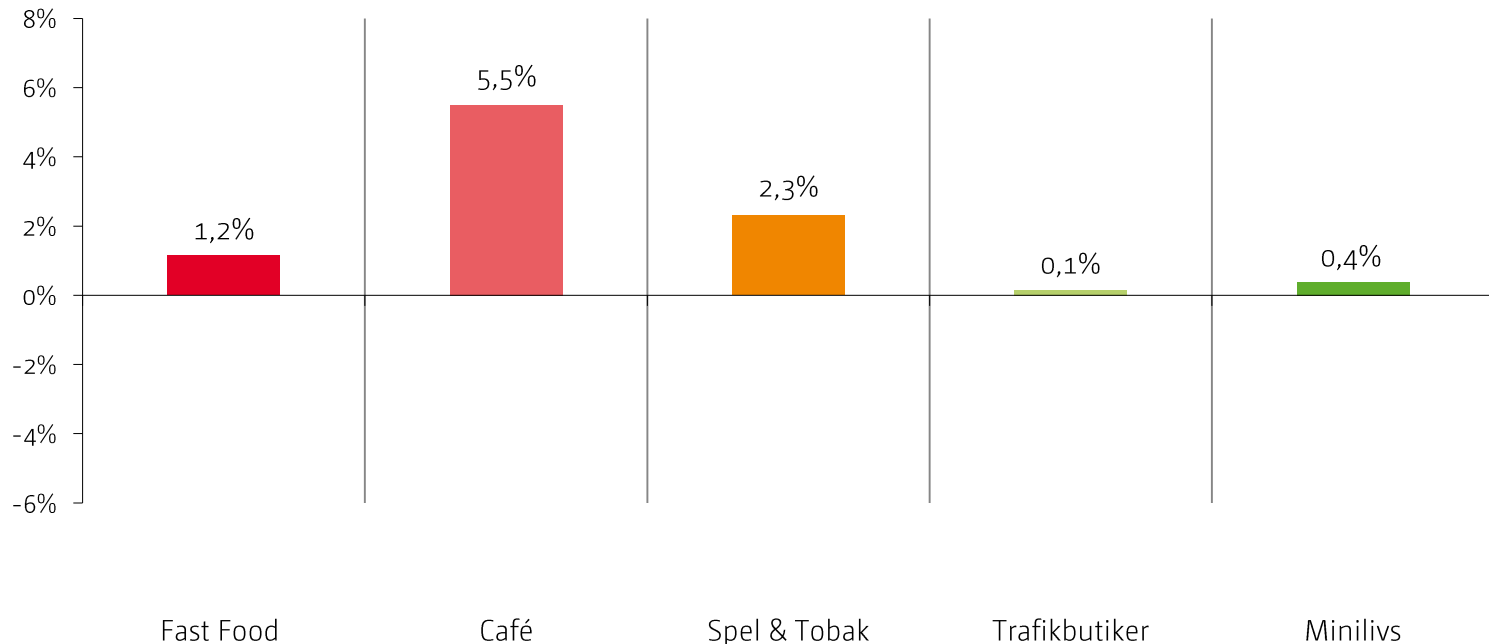
Diagrammet kommenteras på nästa sida

# Servicehandlarnas framtidstro för det kommande halvåret – historisk tillbakablick

- Servicehandlarnas framtidsindex minskade något under det tredje kvartalet 2014. Framtidsindex – räknat som summan av dem som tror på en ökning minus summan av dem som tror på en minskning – ligger nu på 32. Framtidsindex ligger därmed fortsatt över det historiska medelvärdet på 25 procent.
- Servicehandlarnas framtidstro fördelade sig enligt nedan:
  - Andelen som tror att försäljningen kommer att öka uppgick till 46 procent.
  - Andelen som tror på en oförändrad försäljning uppgick till 40 procent.
  - Andelen som tror att försäljningen kommer att minska uppgick till 14 procent.
- Kedjeaktörerna är mer optimistiska än de enskilda handlarna. 56 procent av kedjeaktörerna tror att försäljningen kommer att öka under det närmaste halvåret. Hos de enskilda handlarna uppgick optimisterna till 37 procent. Framtidsindex uppgick till 50 procent för kedjeaktörerna och till 15 procent för de enskilda handlarna.

# Omsättningsutveckling per delbransch

– 2014 kvartal 3



– Servicehandeln visade upp en stabil försäljningstillväxt för andra kvartalet i rad. Tyvärr går försäljningen inte lika starkt i segmenten Trafikbutik och Minilivs. Dessa två segment måste utvecklas för att locka tillbaka konsumenterna, säger Bengt Hedlund, VD för Svensk Servicehandel & Fast Food.

# Rapportens definitioner

## – Delbranscher

- **Fast Food** – Branschen kännetecknas av företag som är specialiserade på mat som kan tillagas och serveras snabbt. "Take away" är vanligt förekommande. Har oftast inget serveringstillstånd för alkohol.
- **Café** – Branschen kännetecknas av företag som är specialiserade på caféverksamhet. Enklare mat i form av sallader, pajer och bakverk serveras. Företagen är ofta specialister på kaffe och te. "Take away" är vanligt förekommande. Har oftast inget serveringstillstånd för alkohol.
- **Spel & Tobak** – Tobaksbutiker med försäljning av kiosk tillbehör såsom tidningar, frukt samt spelombud.
- **Trafikbutiker** – Servicebutiker med ett begränsat sortiment av dagligvaror. Ofta belägen i eller i direkt anslutning till en bensinstation. Liknande utbud som Minilivs.
- **Minilivs** – Småskalig dagligvaruhandel med bra öppettider och något högre priser. Butiker med ett urval av dagligvaror, färdigrätter och övrig service.

# Om Servicehandelsindex

HUI Research mäter kvartalsvis försäljningsutvecklingen i jämförbara enheter inom servicehandeln. Undersökningen görs på uppdrag av branschorganisationen Svensk Servicehandel & Fast Food. Undersökningen har pågått sedan 2008 och totalt 27 rapporter har publicerats. Insamling av uppgifter sker genom telefonintervjuer och webbenkät. Kedjor och enskilda handlare svarar på undersökningen. Informationen som samlats in under tredje kvartalet 2014 bygger på uppgifter från 16 servicehandelskedjor samt ett urval om 1 000 enskilda servicehandlare.

## För vidare analys kontakta:

Bengt Hedlund, VD, Svensk Servicehandel & Fast Food

Tele.nr: +46 8-505 970 31

E-post: [bengt.hedlund@svenskservicehandel.se](mailto:bengt.hedlund@svenskservicehandel.se)

## För frågor om undersökningen kontakta:

Andreas Svensson, analytiker, HUI Research

Tele.nr: +46 8-762 72 85

E-post: [andreas.svensson@hui.se](mailto:andreas.svensson@hui.se)



---

# HUI Research

## Postadress

HUI Research AB  
103 29 Stockholm

## Besöksadresser

Regeringsgatan 60, Stockholm  
Drottninggatan 56, Göteborg

Tel: 08-762 72 80

Fax: 08-679 76 06

E-post: [info@hui.se](mailto:info@hui.se)

