



Årets Julklapp 2009 är en spikmatta

Handelns viktigaste försäljningsperiod står för dörren och det är för tjugioandra gången dags för HUI att utse Årets Julklapp. Hälsa och välmående är ett övergripande tema som får stadigt ökande uppmärksamhet i vårt samhälle. Som symbol för hälsotemat är Årets Julklapp 2009 därför en spikmatta.

Tiderna är fortfarande osäkra, men detaljhandeln har hittills klarat sig oväntat bra. Hushållen stimuleras av skattesänkningar och låg ränta vilket ger ökad köpkraft och optimism. Detta i kombination med låga jämförelsetal gör att HUI spår rekord i julhandeln i år igen med en detaljhandelsomsättning på 61,3 miljarder kronor, vilket innebär en ökning på 3,0 procent.

I år utser Handelns Utredningsinstitut, HUI, Årets Julklapp för tjugioandra året i rad. För att erhålla titeln ska en produkt uppfylla ett eller flera av följande tre kriterier:

- Produkten skall vara en nyhet eller ha fått ett nyväckt intresse för året.
- Produkten skall svara för ett högt försäljningsvärde eller säljas i ett stort antal enheter.
- Produkten skall representera den tid vi lever i.

Hälsa och välbefinnande genomsyrar vårt samhälle och vi söker på olika sätt finna tid att måna om oss själva i våra stressade liv. Hälsotrenden/livsstilen märks tydligt på försäljningen inom sport- och fritidshandeln som är den bransch som utvecklats starkast. Intresset för aktiviteter i form av löpning likväl som yoga ökar.

Som symbol för hälsotemat utses spikmattan till Årets Julklapp. Spikmattan lanserades förra året men fick sitt genombrott i år - den har varit en riktig "snackis" och har debatterats friskt i media. Försäljningsökningar har kommit med ökad efterfrågan och fler försäljningsställen och tillverkare. Spikmattan är storsäljaren i många butiker och kedjor och återfinns i flera av detaljhandelns branscher. Förutom branscher som fokuserar på hälsa såsom hälsokostbutiker och sport- och fritidsbranschen även inom exempelvis heminredningsbranschen och järn- och byggbranschen.



Decemberförsäljningen ökar med 3,0 procent

Detaljhandeln som helhet har hittills i år utvecklats oväntat starkt, trots lågkonjunkturen. Bedömningen är att handlarnas förhoppningar om en framgångsrik julhandel infrias. Anledningarna är främst hushållens ökade optimism samt ökade köpkraft som skapats av stimulanser såsom skattesänkningar och låg ränta. Dessutom gynnas årets tillväxt av svaga jämförelsetal.

Dock råder en osäkerhet med risk för bakslag och en försiktig prognos känns naturlig. Decemberförsäljningen väntas öka med 3,0 procent jämfört med december 2008. Det betyder att vi når 61,3 miljarder kronor eller 12,9 miljarder kronor mer än en genomsnittsmånad övriga året. Snittsvensken kommer att köpa varor i handeln för ca 6 600 kronor, vilket är närmare 1 400 kronor mer än snittet för övriga månader under året.



För mer information

Kontakta nedanstående personer för frågor om Årets Julhandelsprognos respektive Årets Julklapp. Information om tidigare julklappar och julhandelsrapporter finns på www.aretsjulklapp.se.

Lena Larsson

lena.larsson@hui.se, 08-762 72 89, 070-686 72 89

Jonas Arnberg

jonas.arnberg@hui.se, 08-762 72 90, 073-059 72 90

Jessica Lindblom

jessica.lindblom@hui.se, 08-762 72 85, 073-255 72 85