

Handelen i Oslo 2022

En analyse av omsetning og omsetningsutvikling for detaljhandelen i Oslo og i Oslos bydeler og byområder

Utarbeidet av

Institutt for Handelsanalyser

Forord

Rapporten «Handelen i Oslo 2022» bygger på en analyse av omsetning og omsetningsutvikling for detaljhandelen i Oslo og i Oslos bydeler og byområder i 2022. Analysen er gjennomført som et oppdrag for Oslo Handelsstands Forening og er en videreføring av et samarbeid fra 1999 med kartlegging og analyse av handels- og servicevirksomheter i Oslo og Akershus. Grunnlagsdataene for årets analyse er som i tidligere år basert på offisielle statistikker fra Statistisk sentralbyrå (SSB).

Årets analyse er gjennomført ut fra nye regler for tilgang til omsetningsstatistikk fra SSB. Ut fra et regelverk tilpasset EU kan SSB nå kun levere statistikker basert på Standard for næringsgruppering og kun med inndeling i kommuner og bydeler i storbyer. Tidligere adgang til leveranse av data for sammenslåtte kommuner og for sammenslåtte næringer er derved bortfalt. Videre kan ikke SSB som ved tidligere års Osloanalyser, levere statistikker for servering og service og byrået kan heller ikke levere tilhørende data for antall virksomheter og sysselsetting.

Disse nye begrensninger i tilgang på statistikker fra SSB, har ført til store endringer i opplegg, gjennomføring og presentasjon av årets Osloanalyse. Ut fra SSB's terminvise omsetningsstatistikk for Oslo 2021 og 2022, vises og kommenteres data for omsetning, omsetningsutvikling og målstørrelser som viser konkurransestyrke for detaljhandelen i Oslo og med en inndeling av detaljhandelen i bransjegrupper og i 30 salgskanaler. SSB's statistikker for bydelene gir på grunn av personvernregler begrenset informasjon om omsetningen fordelt på næringer og næringsgrupper. Av den grunn viser årets analyse av bydelene kun en sammenligning av omsetningen for butikkhandelen i bydelene og byområdene og med butikkhandelen inndelt i gruppene mat og drikke og faghandel.

Årets analyse av handelen i Oslo er i likhet med de tidligere analyser, utført av forskningsleder Per Gunnar Rasmussen.

Oslo, 23. juni 2023

Institutt for Handelsanalyser

Innhold

Forord.....	2
Sammendrag.....	4
1. Analysens bakgrunn og oppbygging	8
1.1. Metoder.....	8
1.2. Definisjoner benyttet i rapporten	9
1.3. Geografisk inndeling av Oslo	10
2. Detaljhandelen i Oslo 2022.....	12
2.1. Hovedtall for Oslos detaljhandel	12
2.2 Detaljhandelen i Oslo fordelt på bransjer/salgskanaler	16
3. Handelen i Oslos bydeler og byområder	24
3.1 Omsetning og omsetningsutvikling i Oslos bydeler og byområder.....	25
3.2 Dekningsgrad og handelsbalanse for bydeler og byområder i Oslo 2022	27
3.3 En sammenligning av butikkomsetningen i bydelene i 2022 med 2019	29
Vedlegg til analysen av handelen i Oslo 2022	33

Sammendrag

Årets analyse av handelen i Oslo er betydelig endret fra tidligere års analyser. Dette på grunn av endrede regler for leveranse av spesielt tilrettelagte statistikker fra Statistisk sentralbyrå (SSB), vår hovedleverandør av data for analyser. For årets analyser har SSB kun kunnet levere statistikker basert på Standard for næringsgruppering og omsetningstall kun for kommuner og fylker samt for bydelene i Oslo. Statistikker levert med manglende tall på grunn av byråets personvernregler, gir begrensede muligheter for analyser, og da i særlig grad av detaljhandelen i bydeler. Videre er årets analyse begrenset på grunn av manglende tilgang på statistikker for serverings- og servicevirksomheter og omsetningstall for handelsregioner i tidligere Akershus fylke.

Detaljhandelen i Oslo hadde en samlet omsetning på 111,5 milliarder kroner eksklusive merverdiavgift i 2022. Dette var en omsetning som var 10,6 prosent større enn i 2021. Gjennomsnittlig omsetningsvekst for Norge var 5,9 prosent i 2022, og KPI steg med 5,8 prosent. Gjennomsnittlig omsetning pr innbygger i detaljhandelen i Oslo var 158 278 kroner. Dette tilsvarte en dekningsgrad på 103,9 og et beregnet handelsoverskudd i 2022 på 4,16 milliarder kroner. Sammenlignet med 2019 var det 22,6 prosent større omsetning for detaljhandelen i Oslo i 2022. Dekningsgraden for detaljhandelen var 4,2 prosentpoeng lavere i 2022 enn i 2019, og handelsoverskuddet for Oslo var 2,6 milliarder mindre i 2022 enn i 2019.

58,5 prosent av detaljhandelens omsetning var gjennom virksomheter definert som butikkhandel. Omsetningen i Oslobutikkene øket med 5,4 prosent sammenlignet med 1,1 prosent i Norge. Dekningsgraden for butikkhandelen i Oslo var 100,0 i 2022. Dette var en økning på 4,2 prosentpoeng fra 2021. Sammenlignet med omsetningen i 2019, var omsetningen i butikkhandelen i Oslo 13,0 prosent høyere. KPI øket med 10,8 prosent i disse årene.

Mat- og drikkebutikkene i Oslo hadde 2,2 prosent nedgang i omsetningen i 2022. Gjennomsnittet for Norge var 2,4 prosent omsetningsnedgang. Omsetningen i Oslo i 2022 tilsvarte en dekningsgrad for Mat- og drikkebutikkene på 92,7 og et handelsunderskudd på 2,3 milliarder kroner. Handelsunderskuddet øket med 700 millioner i 2022. Omsetningen i Oslo i 2022 var 13,6 prosent større enn omsetningen i 2019, sammenlignet med 12,7 prosent for Norge. Omsetningsmønsteret for Mat- og drikkebutikkene i Oslo i perioden 2019 – 2022 var 16,6 prosent vekst i 2020, en nedgang i omsetningen i 2021 på 0,4 prosent, og 2,2 prosent nedgang i 2022. Avviket fra landsgjennomsnittet var lavt.

Faghandelsbutikkene, som er resten av butikkhandelen, øket omsetningen i Oslo med 12,6 prosent i 2022. Gjennomsnittet for Norge var en økning på 4,6 prosent. Dekningsgraden for faghandelen i Oslo var 106,5 i 2022, noe som tilsvarte et handelsoverskudd på 2 331 millioner kroner. Sammenlignet med 2021 var dette en forbedring av handelsbalansen med ca. 2,6 milliarder kroner. I perioden 2019 – 2022 var det 12,6 prosent økning i faghandelsomsetningen i Oslo. Landstallet var her en økning på 19,4 prosent. Handelsoverskuddet for faghandelen ble redusert med 1 380 millioner i perioden 2019 - 2022. Det var i pandemiårene 2020 og 2021 at faghandelen hadde en langt dårligere omsetningsutvikling enn gjennomsnittet for Norge.

26,2 prosent av omsetningen i detaljhandelen i Oslo var gjennom virksomheter definert som Bil- og båthandel. Omsetningen i disse virksomheter øket med 26,8 prosent i 2022. Landsgjennomsnittet var her 16,1 prosent. Dekningsgraden for Bil- og båthandel var 81,0 i 2022, noe som tilsvarte et handelsunderskudd på 6,8 milliarder kroner. Sammenlignet med 2019 var omsetningen i Bil- og båthandelen i Oslo 25,5 prosent større i 2022 enn i 2019. Dekningsgraden for bransjegruppen falt med 12 prosentpoeng i perioden, og handelsunderskuddet øket med ca. 5 milliarder kroner.

Torg- og distansehandelen som hovedsakelig er omsetning gjennom virksomheter definert som netthandel, var vel 17 milliarder kroner i 2022. Dette var en økning på 7,1 prosent sammenlignet med 5,5 som landsgjennomsnitt. Omsetningen i Oslo tilsvarte en dekningsgrad på 281,3 og et beregnet handelsoverskudd på nær 11 milliarder kroner. I perioden 2019 – 2022 var det 72,1 prosent økning i Torg- og distansehandelen i Oslo, noe som førte til 4,5 milliarder i øket handelsoverskudd.

Hovedtrekk fra analysen av detaljhandelen i Oslo 2022 inndelt i 30 salgskanaler:

- Størst omsetning av salgskanalene innen butikkhandel hadde Dagligvarebutikkene med 22 960 millioner kroner. Dette var 35,2 prosent av butikkomsetningen i Oslo i 2022. Dagligvarebutikkenes omsetning falt med 3,0 prosent. Dekningsgraden var 85,7 i 2022 og beregnet handelsunderskudd var 3,8 milliarder kroner. Omsetningen i 2022 var 12,9 prosent større enn i 2019.
- Salgskanalen Klesbutikker var nest størst i omsetning i Oslo, med 6 578 millioner kroner i 2022. Dette var 26,5 prosent høyere enn året før. Dekningsgraden 160,2 tilsvarte et handelsoverskudd på 2 472 millioner kroner. Omsetningen i 2022 var 10,9 prosent større enn i 2019.
- Omsetningen i salgskanalen Møbel- og interiørbutikker var 5 148 millioner i 2022. Dette var 10,3 prosent økning fra 2021. Dekningsgraden 143,9 tilsvarte et handelsoverskudd i 2022 på 1 572 millioner kroner.
- Salgskanalen Skobutikker kunne vise til størst omsetningsvekst i Oslo i 2022 med 42,9 prosent. Gjennomsnittet for Norge var 11,4 prosent. Fra 2019 øket omsetningen med 6,9 prosent.
- Nest størst i omsetningsvekst i 2022 var salgskanalen Telebutikker med 33,8 prosent. Omsetningen for Telebutikkene var 461 millioner kroner, dekningsgraden var 155,3 og handelsoverskuddet var 164 millioner kroner.
- Andre salgskanaler med stor prosentvis vekst i omsetningen i 2022 var Kiosker inklusive bensinstasjonenes kioskomsetning med 28,9 prosent, Leketøybutikker med 28,1 prosent, Klesbutikker med 26,5 prosent, Parfymier med 20,1 prosent og Bok- og papirhandlere med 20,3 prosent.
- Vinmonopolet var den av salgskanalene innen butikkhandel som hadde størst prosentvis nedgang i omsetningen i Oslo i 2022, med 13,8 prosent. Omsetningen i 2022 var 31,1 prosent større enn omsetningen i 2019. Dette var først og fremst på grunn av en omsetningsøkning på 42,6 prosent i 2020. Dekningsgraden 124,4 tilsvarte et handelsoverskudd på 595 millioner kroner i 2022.
- Andre salgskanaler med stor nedgang i omsetningen i 2022 var Multimediabutikker, Musikkinstrumentbutikker, Kjøkkenutstørsbutikker, Blomsterbutikker og Farvehandlere.
- Konkurranseskraften målt ut fra nivået på dekningsgraden var størst for salgskanalen Fotobutikker. Dekningsgraden i 2022 på 460,8 tilsvarte et handelsoverskudd på 507 millioner kroner.
- Salgskanalen Veskebutikker hadde dekningsgraden 442,4 i 2022. Dette tilsvarte et handelsoverskudd i 2022 på 359 millioner kroner. Veskebutikkens omsetning i 2022 var 18,3 prosent større enn i 2021. Stor omsetningsnedgang i 2020 bidro til at omsetningen i 2022 var 2,9 prosent lavere enn i 2019.
- Salgskanalen Byggevarerbutikker hadde lavest nivå på dekningsgraden i 2022. Dekningsgraden 49,1 tilsvarte et handelsunderskudd i Oslo på 3,1 milliarder kroner. Omsetningen for byggevarerbutikkene i Oslo øket med 6,6 prosent i 2022, sammenlignet med 0,7 prosent som gjennomsnitt for Norge. Sammenlignet med omsetningen i 2019, var dette 33,0 prosent økning.
- Salgskanalen Dyrebutikker hadde størst omsetningsvekst i perioden 2019 – 2022 med 88,7 prosent. Omsetningsveksten var svært høy i hele perioden og spesielt høy i 2020 og 2021.
- Salgskanaler i Oslo med lavere omsetning i 2022 enn i 2019 var Multimediabutikker, Kjøkkenutstørsbutikker, Belysningsbutikker og Veskebutikker.

Handelen i Oslo 2022

- Salgskanalen Sportsbutikker hadde i 2022 en omsetning i Oslo på 2 221 millioner kroner. Dette var 2,6 prosent over omsetningen i 2019. Gjennomsnittet for sportsbutikkene i Norge var 10,2 prosent i denne periode.
- Av salgskanalene som ikke er butikkhandel var det 74,9 prosent omsetningsvekst for Netthandelen i perioden 2019 – 2022. I 2020 var omsetningsveksten 42,8 prosent og omsetningen økte videre med 14,7 prosent i 2021. I 2022 var omsetningen gjennoms netthandelen i Oslo 16 540 millioner kroner, noe som tilsvarte en dekningsgrad på 290,5 og et beregnet handelsoverskudd på 10 848 millioner kroner.

Hovedtrekkene fra analysen av handelen i Oslos bydeler og byområder var:

- 14,3 prosent av butikkhandelen i Oslo i 2022 fant sted i byområdet Oslo Sentrum. Størst omsetning av bydelene hadde Alna og Frogner, hver med 11,8 prosent av butikkhandelen i Oslo. Grorud var den av bydelene som hadde minst butikkhandel med en omsetningsandel på 1,8 prosent. 51,4 prosent av butikkhandelen fant sted i Oslo Indre by.
- I 2022 var 20,6 prosent av butikkhandelen i Oslo definert som faghandel, gjennom butikker lokalisert i Oslo Sentrum. Av bydelene var det Alna som var klart størst med 17,2 prosent av faghandelsomsetningen i Oslo. Bydel Grorud hadde også her minst andel med 0,9 prosent.
- 40 prosent av bydelene hadde nedgang i butikkomsetning i 2022. Bydel St.Hanshaugen hadde størst omsetningsvekst for butikkhandelen med 9,5 prosent, fulgt av bydel Frogner med 8,1 prosent. Svakest omsetningsutvikling hadde bydelene Østensjø og Stovner, begge med en nedgang i omsetningen på 3,8 prosent.
- 80 prosent av bydelene hadde nedgang i omsetningen i 2022 gjennom Mat- og drikkebutikker. Det var kun bydeler i byområdet Oslo indre by eksklusive Sentrum som hadde øket omsetning for området Mat og drikke. Bydel Frogner hadde størst vekst med 5,1 prosent. Bydel Østensjø hadde 9,2 prosent nedgang i omsetningen gjennom mat- og drikkebutikker, og for bydel Nordstrand var nedgangen 8,9 prosent. Av byområdene var det 8,0 prosent nedgang i omsetningen i Oslo Syd, mens Oslo indre by eksklusive Sentrum hadde 0,3 prosent vekst.
- Butikkhandelen i Oslo Sentrum var hele 21,9 prosent større i 2022 enn i 2021. Perioder med nedstenging av Sentrum førte til lave omsetningstall i pandemiårene 2020 og 2021. Sterk prosentvis vekst for butikkhandelen i 2022 var likevel ikke nok til å komme tilbake til nivået på butikkomsetning slik det var før pandemien.
- Analysen av handelen i bydelene og byområder i Oslo omfatter også beregninger av dekningsgrader og tilhørende handelsbalanse i kroner. Bydel Ullern hadde størst dekningsgrad for butikkhandelen med 188,3, noe som førte til et handelsoverskudd på 2 867 millioner beregnet ut fra en sammenligning av bydelens omsetning med gjennomsnittet for omsetning pr innbygger i Norge. 88 prosent av handelsoverskuddet i bydel Ullern var på grunn av omsetning i faghandelsbutikker. Bydel Alna hadde størst handelsoverskudd for butikkhandelen i 2022 med 3 179 millioner. Faghandelsbutikkene hadde et handelsoverskudd på 3 813 millioner, mens Mat- og drikkebutikkene i bydelen hadde et handelsunderskudd på 634 millioner.
- Bydel Søndre Nordstrand hadde lavest dekningsgrad for butikkhandelen med 38,2 og også laveste dekningsgrader både for mat- og drikkebutikker og for faghandelsbutikker. Handelsunderskuddet for butikkhandelen på 2 238 millioner kroner var også størst i Oslo. Bydel Nordre Aker hadde størst handelsunderskudd for mat- og drikkebutikker, mens Bydelene Grünerløkka og Gamle Oslo hadde størst handelsunderskudd for faghandelsbutikker.
- En analyse av endringer i handelsbalansen i 2022 viste størst økning for bydelene Alna med 569 millioner og Frogner med 451 millioner. Bydelene Nordstrand og Vestre Aker hadde begge størst nedgang i handelsbalansen for butikkhandelen med 164 millioner kroner. For faghandelsbutikkene var det bydel Alna som hadde størst økning av handelsbalansen, mens nedgangen i handelsbalansen var størst i bydelene Stovner og Østensjø. For mat- og

drikkebutikkene hadde bydel Frogner størst økning av handelsbalansen, mens nedgangen i handelsbalansen var størst i bydel Nordstrand.

En sammenligning av butikkomsetningen i bydelene og byområdene i 2022 med 2019 viste:

- Butikkhandelen i Oslo øket med 14,0 prosent i perioden 2019 – 2022. Mat- og drikkebutikkene øket omsetningen med 14,7 prosent, mens faghandelen kunne vise til 13,5 prosent vekst i perioden.
- Butikkhandelen i alle Oslos bydeler var større i 2022 enn i 2019. Dette var situasjonen også for butikkhandelen ved en inndeling i Mat og drikke og i Faghandel. Det var kun i byområdet Oslo Sentrum at det var 2,7 prosent lavere butikkomsetning i 2022 enn i 2019. Faghandelen i Oslo Sentrum var 4,6 prosent lavere i 2022 enn i 2019, mens mat- og drikkebutikkene hadde 4,9 prosent vekst i omsetningen. Dette var imidlertid en lavere vekst i prosent for mat og drikke enn omsetningsveksten i samtlige av Oslos bydeler.
- Bydel Ullern hadde størst omsetningsvekst for butikkhandelen med 27,8 prosent i perioden 2019 – 2022. Veksttallene var også svært høye i de andre bydelene i byområdet Oslo Vest/nord. Gjennomsnittlig omsetningsvekst for butikkhandelen i byområdet ble derfor 25,9 prosent. Bydelen med laveste prosentvekst for butikkhandelen i perioden 2019 – 2022 var Alna med 7,7 prosent, og svakest omsetningsutvikling for byområdene, unntatt Oslo Sentrum, var 9,8 prosent for Groruddalen.
- Bydel Nordre Aker hadde sterkest omsetningsvekst for faghandelen med 47,8 prosent i perioden 2019 – 2022. Laveste omsetningsvekst i prosent hadde bydel Bjerke med 1,4 prosent og bydel Stovner med 2,2 prosent. I byområdet Oslo Vest/nord øket faghandelsomsetningen med 40,7 prosent i perioden 2019 – 2022, mens omsetningsveksten i Groruddalen var 5,7 prosent.
- Bydel Bjerke hadde størst prosentvis omsetningsvekst for Mat og drikke med 32,4 prosent i perioden 2019 – 2022. Svakest vekst hadde bydelene Grorud med 8,1 prosent og Ullern med 8,4 prosent. Av byområdene var det størst vekst i prosent for Mat og drikke i Groruddalen, mens bortsett fra Oslo Sentrum var det byområdet Oslo Vest/nord som hadde svakest vekst for Mat og drikke med 11,0 prosent.
- Beregninger av endringer i perioden 2019 – 2022 i dekningsgrad for butikkhandelen i Oslos byområder, viste en økning på 5,4 prosentpoeng for byområdet Oslo Vest/nord og en nedgang på 5,9 prosentpoeng for byområdet Groruddalen. For byområdet Oslo Syd var dekningsgraden den samme i 2019 og 2022, og for byområdet Indre by eksklusive Sentrum var det en mindre nedgang i dekningsgraden. Endringer i dekningsgraden for handelen i et område, viser endringer i konkurransekraften for handelen.

1. Analysens bakgrunn og oppbygging

Analysen «Handelen i Oslo 2022» er en videreføring av analyser av omsetning og omsetningsutvikling for detaljhandelen i Oslo. Fra 1999 av er det blitt utarbeidet årlige analyser for handelen i Oslo og i Oslos bydeler og byområder. Fra 2009 har analysene omfattet handelsregioner i Akershus og også omfattet data for serveringsvirksomhet og for servicevirksomheter med nær tilknytning til handelen. Hovedkilde for tallene i analysene er og har hele tiden vært Statistisk sentralbyrå (SSB). Våre tidligere analyser av handel og tilgrensende servicevirksomheter har vært basert på tidligere adgang til leveranse av omsetningsdata fra SSB ut fra egne valgte aggregeringer av næringer og ut fra våre samlinger av kommuner i handelsregioner.

Nye restriksjoner og regler gitt av EU for leveranse av omsetningsdata, har imidlertid ført til store endringer i tilgangen på data fra SSB. Leveranse av omsetningsdata fra SSB er nå bare mulig for kommuner og fylker og kan kun fremskaffes ut fra Standard for næringsgruppering. Reglene for personvern gjør videre at statistikker for omsetning i detaljhandelen får begrenset informasjonsverdi. Spesielt gjelder dette for omsetningsstatistikker for detaljhandelen i mindre kommuner og bydeler. Mangelfulle omsetningstall i en bydel eller kommune, begrenser muligheten for å kunne utarbeide statistikker som er egnet for sammenligning av omsetning og omsetningsutvikling for næringer/bransjer og for bydeler.

SSB kan heller ikke som tidligere levere egnede omsetningstall for kommuner og bydeler for næringer innen serveringsvirksomhet og service. Videre kan det ikke lenger leveres statistikker som viser antall virksomheter og antallet sysselsatte, tall som kan knyttet til leverte omsetningsstatistikker.

Disse nye begrensninger i tilgang på data fra SSB, har medført at årets analyse kun omfatter en analyse av omsetningen i detaljhandelen i Oslo. Videre omfatter analysen av Oslos bydeler og byområder kun butikkhandelen med denne inndelt i mat og drikke og faghandel.

1.1. Metoder

Institutt for Handelsanalyser har som et av sine mål å kunne fremskaffe statistikker som i størst mulig grad bidrar til god gjenkjenning for handelens aktører. Dette gjøres ved å innhente og behandle tilgjengelige data og presentere disse gjennom enkle og gjenkjennbare butikknavn. Analysen av handelen i Oslo og Oslos bydeler bygger på omsetningsstatistikker levert fra SSB. De nye regler for leveranse av statistikker fra SSB, har ført til betydelige endringer i gjennomføring av årets analyse. Spesielt gjelder dette for presentasjon av omsetning og omsetningsutvikling i bydeler og byområder.

For Oslo er omsetning og omsetningsutvikling vist for hovedgrupper av næringer og sammenlignet med gjennomsnittet for Norge. Handelens styrke er vist gjennom beregning av dekningsgrader og handelsbalansen. Videre er omsetningen analysert ved en gruppering av næringene i 25 butikkbransjer eller salgskanaler definert som butikkhandel og i tillegg ved 5 salgskanaler for annen detaljhandel. Med utgangspunkt i data fra tidligere analyser av Oslohandelen, vil årets analyse også vise omsetningsutviklingen i perioden 2019 – 2022.

SSB's statistikker for bydelene og byområdene i Oslo er naturlig nok svært begrenset. Analysen av omsetning i 2022 vil hovedsakelig være for Butikkhandel totalt og med en fordeling på Mat- og drikkebutikker og Faghandelsbutikker. Årets analyse vil også bygge på data fra tidligere analyser av bydelene.

1.2. Definisjoner benyttet i rapporten

Detaljhandel omfatter butikkhandel, bil- og båthandel, torg- og distansehandel

Butikkhandel er virksomheter i næringer med fast utsalgssted og med forbrukere som hovedmålgruppe. Hovedgruppene innen butikkhandel er Mat- og drikkebutikker og Faghandelsbutikker.

Mat- og drikkebutikker er definert som dagligvarebutikker, kiosker med beregnet kioskomsetning i bensinstasjoner, spesialforretninger mat og drikke og Vinmonopolet.

Faghandelsbutikker er butikker definert som Butikkhandel med unntak av Mat- og drikkebutikker. Faghandelsbutikkene er inndelt i følgende grupper:

- **Bekledningsbutikker** som er klesbutikker, skobutikker og veskebutikker
- **Helse- og velværebutikker** som er helsekostbutikker, apotek, parfymier, gullsmeder og urmakere, optikere
- **Sports-, fritids- og kulturbutikker** som omfatter musikkinstrumentbutikker, bok- og papirhandlere, multimediebutikker, leketøybutikker, sportsbutikker, dyrebutikker, fotobutikker
- **Hus- og hjembutikker** som omfatter møbel- og interiørbutikker, hjemmetekstilbutikker, kjøkkenutstyllingsbutikker, belysningsbutikker, telebutikker, elektrobutikker, farvehandlere, byggevarebutikker, blomsterbutikker, multivarebutikker

Bil- og båthandel som omfatter bilrekvisitabutikker, bensinstasjoner ekskl kioskomsetning, motorkjøretøyforhandlere, fritidsbåtforhandlere

Torg- og distansehandlere som omfatter torghandlere og distansehandlere (herunder netthandel)

Handelsbalansen uttrykker nivået på omsetningen i et område sammenlignet med en beregnet omsetning for området basert på gjennomsnittlig omsetning pr. innbygger i Norge. **Dekningsgrad** er handelsbalansen vist som en prosentstørrelse med Norge som størrelsen 100. Som beløpsstørrelse omtales handelsbalansen som **handelsoverskudd** når områdets omsetning er større enn beregnet omsetning og som **handelsunderskudd** eller handelslekkasje når områdets omsetning er lavere enn beregnet omsetning ut fra et landsgjennomsnitt.

Omsetningstallene i rapporten er basert på data fra terminvise omsetningsstatistikker fra Statistisk sentralbyrå. Omsetningstallene er alltid vist eksklusive merverdiavgift. Årets rapport bygger på data fra SSB's Standardtabell for omsetning i varehandelen i Norge i 2021 og 2022 samt Bydelsstatistikk for Oslo 2021 og 2022. Omsetningstallene for 2022 er foreløpige tall, mens tall for 2021 er oppdaterte og endelige.

1.3. Geografisk inndeling av Oslo

Bydeler og byområder i Oslo

Bydeler	Byområder	2-delt Oslo
Gamle Oslo Grünerløkka Sagene St.Hanshaugen Frogner	Sum Indre by ekskl Sentrum + Sentrum = Indre by	
Ullern Vestre Aker Nordre Aker	Sum Oslo Vest/Nord	
Bjerke Grorud Stovner Alna	Sum Groruddalen	
Østensjø Nordstrand Søndre Nordstrand	Sum Oslo Syd	
Sentrum	Sentrum	
Oslo totalt	Oslo totalt	Oslo totalt

Totaltallene for Oslo fremkommer i Osloanalysen som en sum av tallene for 15 bydeler og for byområdet Sentrum. Ved analysen er det imidlertid noen virksomheter som ikke er henført til bydeler. Dette er først og fremst virksomheter i området Marka og noen virksomheter med adresser som ikke har latt seg knytte til bydeler i Oslo.

Omfanget av virksomheter som ikke er med i analysen av handel og service fordelt på geografiske områder i Oslo, er beskjedent og har vært noenlunde uendret i de senere års analyse av Oslo-handelen. Analysene basert på de virksomheter som er henført til geografiske områder i Oslo, er i svært liten grad påvirket av de virksomheter som ikke er stedfestet.

Sentrum er i hovedsak et område med virksomheter lokalisert innenfor ring 1. Som det vil fremgå av skissen over bydelsinndelingen i Oslo, er området Aker Brygge ikke definert som en del av Oslo Sentrum, men inngår i bydel Frogner. Tilsvarene er avgrensningen av Oslo Sentrum slik at noen virksomheter beliggende ved Stortorget og i deler av Torggaten, ikke inngår i definisjonen av Oslo Sentrum, men inngår i bydelen St.Hanshaugen.

Bydelene er i analysen av Oslohandelen gruppert i 4 byområder som sammen med Oslo Sentrum gir totaltallene for Osloanalysen.

I noen analyser benyttes begrepene Indre by og Ytre by. Indre by er sum av byområdet Indre by eksklusive Sentrum og Oslo Sentrum. Ytre by er sum av byområdene Oslo vest/nord, Groruddalen og Oslo Syd.

Kartskisse som viser inndelinger av bydeler i Oslo



Figur 1: Bydeler i Oslo. Kilde: Oslo Kommune, http://www.oslo.kommune.no/fakta_om_oslo/bydelsoversikt/

2. Detaljhandelen i Oslo 2022

I dette kapitlet vil vi vise og kommentere data fra vår analyse av omsetning og omsetningsutvikling for detaljhandelen i Oslo 2022 og en sammenligning med nivået på omsetning før koronautbruddet. Vi vil først vise data for detaljhandelen inndelt i 4 hovedgrupper av virksomheter og deretter en analyse av butikkhandelen inndelt i 25 grupper samt 5 grupper for annen detaljhandel. Statistikkene som presenteres i denne rapport, bygger på omsetningstall levert av Statistisk sentralbyrå. Omsetningstallene er for butikker/virksomheter som er definert som aktive. For 2022 er omsetningstallene foreløpige tall, mens omsetningen for 2021 er oppdaterte og endelige tall.

2.1. Hovedtall for Oslos detaljhandel

Tabell 2.1: Hovedtall for handelen i Oslo 2022

	Omsetning (mill kr)	Endring i prosent	Dekningsgrad (Norge = 100)	Handelsbalansen (mill kr)
Mat- og drikkebutikker	29 354	-2,2	92,7	-2 304
Faghandelsbutikker	35 892	12,6	106,5	2 331
Sum butikkhandel	65 246	5,4	100,0	26
Bil- og båthandel	29 191	26,8	81,0	-6 841
Torg- og distansehandel	17 059	7,1	281,3	10 972
Sum detaljhandel	111 496	10,6	103,9	4 157

Kilde SSB/IBA

I tabell 2.1 er omsetning og omsetningsutvikling for virksomheter definert som butikkhandel vist for gruppene Mat- og drikkebutikker og Faghandelsbutikker. Videre viser tabellen statistikk for gruppene Bil- og båthandel og Torg- og distansehandel. Tabell 2.2 vil vise tilsvarende statistikker for faghandelsbutikkene inndelt i 4 grupper. I et senere kapittel som viser vår inndeling av og analyse av salgskanaler i detaljhandelen, vil statistikker for butikkhandelen bli vist gjennom data for 25 salgskanaler og for den øvrige detaljhandel gjennom en inndeling i 5 salgskanaler.

I 2022 var omsetningen i virksomheter i Oslo definert som detaljhandel 111,5 milliarder kroner eksklusive merverdiavgift. Dette var 13,4 prosent av detaljhandelsomsetningen i Norge. Omsetningen i virksomhetene i Oslo øket med 10,6 prosent fra 2021. Gjennomsnittet for Norge var tilsvarende 5,9 prosent. Målt ut fra gjennomsnittlig antall innbyggere i Oslo, var detaljhandelsomsetningen kr 158 278. Dette var 3,9 prosent over landsgjennomsnittet pr innbyggere, noe som i tabell 2.1 vises som en dekningsgrad på 103,9. Handelsbalansen som viser avvik for handelen i Oslo ved en beregnet omsetning ut fra gjennomsnittlig omsetning pr. innbygger i Norge, var for detaljhandelen 4 157 millioner kroner i 2022. Dette handelsoverskudd var 711 millioner kroner høyere enn beregnet for 2021.

26,3 prosent av detaljhandelsomsetningen i Oslo var i 2022 gjennom butikker definert som Mat- og drikkebutikker. Gruppen hadde i 2022 en nedgang i omsetningen på 2,2 prosent. Dagligvarebutikkene som sto for 78 prosent av Mat- og drikkebutikkens omsetning, hadde en nedgang i omsetningen på 3,0 prosent. Det var også betydelig omsetningsnedgang for Vinmonopolets butikker, mens Kiosker og Spesialbutikker mat og drikke kunne vise til stor prosentvis vekst i omsetningen.

Dekningsgraden for Mat- og drikkebutikkene er beregnet til 92,7 i 2022. Dette tilsvarte et handelsunderskudd på 2,3 milliarder kroner, et handelsunderskudd som øket med 550 millioner kroner fra 2021.

Faghandelsbutikkene i Oslo hadde i 2022 en samlet omsetning på 35,9 milliarder kroner eksklusive merverdiavgift. Dette var en omsetning som var 12,6 prosent større enn året før. Dekningsgraden er beregnet til 106,5, noe som tilsvarte et handelsoverskudd på 2 330 millioner kroner. I 2021 hadde faghandelsbutikkene til sammenligning et handelsunderskudd på 260 millioner.

Tabell 2.2: Hovedgrupper av faghandelsbutikker

	Omsetning (mill kr)	Endring i prosent	Dekningsgrad (Norge = 100)	Handelsbalansen (mill kr)
Bekledningsbutikker	7 753	27,3	164,7	3 046
Helse- og velværeboutikker	6 567	9,1	103,3	209
Sport-, fritid- og kulturboutikker	4 635	8,3	131,3	1 104
Hus- og hjembutikker	16 937	9,3	89,3	-2 029
Sum faghandelsbutikker	35 892	12,6	106,5	2 330

Kilde: SSB/IBA

Tabell 2.2 viser tall for faghandelsbutikkene i Oslo 2022 med inndeling i 4 butikkgrupper. Bekledningsbutikkene hvor 85 prosent av omsetningen er gjennom klesbutikker, hadde 27,3 prosent større omsetning i 2022 enn i 2021. Dekningsgraden øket med 21 prosentpoeng fra 2021 og handelsoverskuddet øket med 1 180 millioner kroner.

Helse og velværeboutikkene øket omsetningen med 9,1 prosent i 2022. Dette ga en dekningsgrad på 103,3. Til tross for god omsetningsvekst for gruppen, var det nedgang i dekningsgrad og i handelsbalanse i 2022. Gruppen Sport-, fritid- og kulturboutikker hadde også god omsetningsutvikling i 2022. Variasjonene var store mellom bransjene, noe som vil fremgå av statistikken for salgskanalerne. Hus- og hjembutikkene kunne også vise til god gjennomsnittsvækst. Lavt omsetningsnivå for bransjer med byggevarer, førte til en dekningsgrad på 89,3 og et handelsunderskudd på 2 029 millioner kroner i 2022.

Butikkene i Oslo definert som butikkhandel omsatte for 65 246 millioner kroner eksklusive merverdiavgift i 2022. Dette var en økning på 5,4 prosent fra året før. Dekningsgraden for butikkene i Oslo var 100,0, og handelsbalansen viste et lite handelsoverskudd på 26 millioner kroner. Osloanalysen av 2021 viste til sammenligning et handelsunderskudd på vel 2 milliarder kroner.

Omsetningen i Oslo for virksomheter definert som bil- og båthandel, var 29 191 millioner kroner, noe som var 26,8 prosent høyere enn i 2021. Dekningsgraden var 81,0, et nivå som tilsvarte et handelsunderskudd på 6 841 millioner kroner.

Tabell 2.3: Omsetningsutviklingen for detaljhandelen i 2022 og i perioden 2019 - 2022

	Endring 2021 - 2022		Endring 2019 - 2022	
	Oslo	Norge	Oslo	Norge
Mat- og drikkebutikker	-2,2	-2,4	13,6	12,7
Faghandelsbutikker	12,6	4,6	12,6	19,4
Butikkhandel	5,4	1,1	13,0	16,1
Bil- og båthandel	26,8	16,1	25,5	46,4
Torg- og distansehandel	7,1	5,5	71,6	68,7
Detaljhandel	10,6	5,9	22,6	27,2

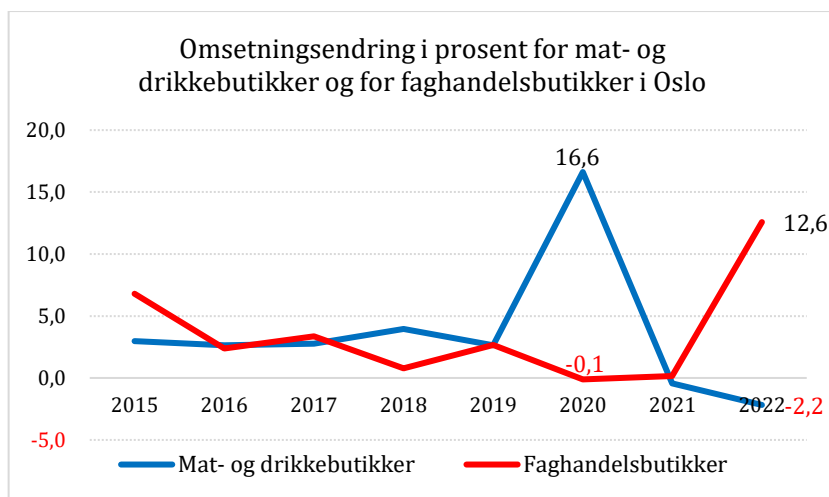
Kilde: SSB/IBA

Tabell 2.3 viser omsetningsutviklingen i prosent for hovedgrupper innen detaljhandel i Oslo i 2022 sammenlignet med landsgjennomsnittet samt en sammenligning av prosentvis omsetningsutvikling i perioden 2019 – 2022.

Sammenlignet med Norge hadde detaljhandelen i Oslo en omsetningsvekst i prosent i 2022 som var nær dobbelt så høy. Med unntak av Mat- og drikkebutikkene var veksttakten større i Oslo enn landsgjennomsnittet for alle hovedgrupper innen detaljhandelen. Omsetningsutviklingen i perioden 2019 – 2022, dvs. omsetningen i 2022 sammenlignet med omsetningen i året før koronaepidemien, viser sterk vekst i prosent for detaljhandelen i Oslo og enda sterkere vekst for Norge. Til sammenligning var det 10,8 prosent økning i konsumprisindeksen (KPI) i denne periode.

Prosentveksten var størst for hovedgruppen Torg- og distansehandel som hovedsakelig er virksomheter innen netthandel, med 71,6 prosent i Oslo og 68,7 prosent som landsgjennomsnitt. Veksten var også svært høy for næringsgruppen Bil- og båthandel i Oslo og en langt større prosentvekst for Norge. Gjennomsnittlig omsetningsvekst i prosent for butikkhandelen var større for Norge enn for Oslo. Dette som følge av størst prosentvekst for faghandelsbutikkene, mens Oslo kunne vise til størst vekst for mat- og drikkebutikkene.

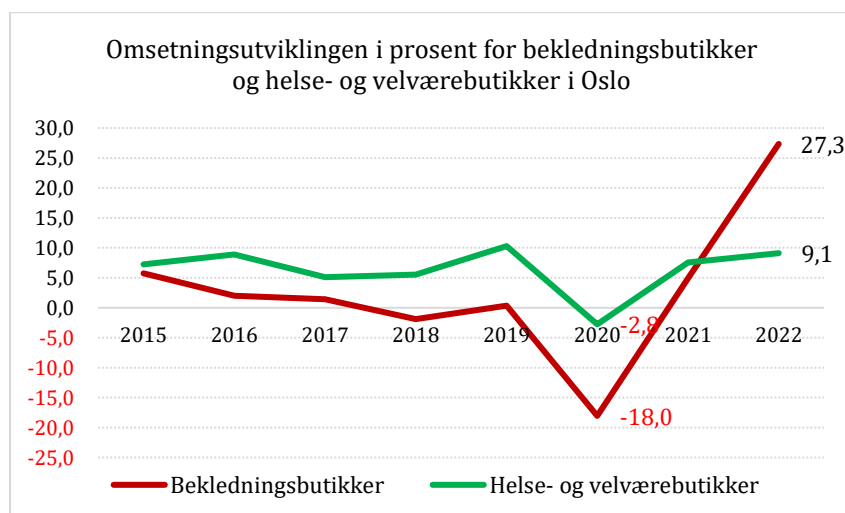
Vi vil her vise noen grafer som eksempler på omsetningsutviklingen i perioden 2015 – 2022 for hovedgrupper innen detaljhandelen i Oslo og noen eksempler hvor utviklingen i Oslo sammenlignes med tall for Norge.



Figur 1

Kilde: SSB/IBA

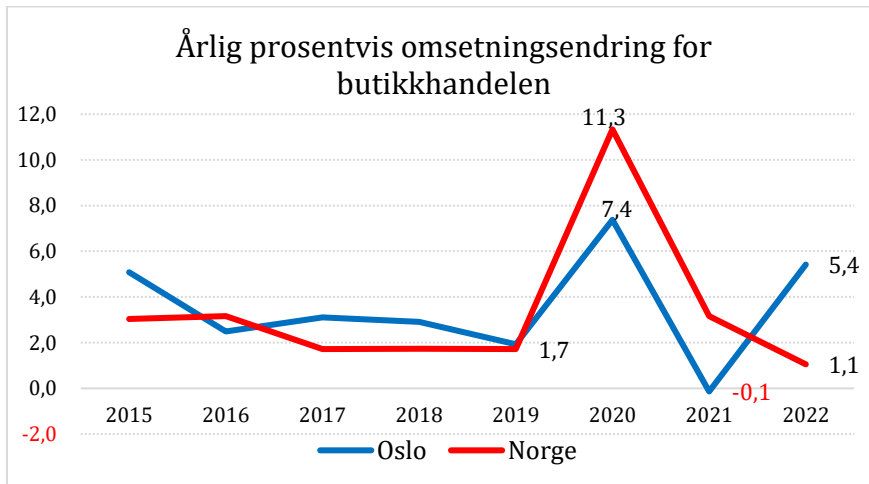
Figur 1 viser årlig prosentvis omsetningsendring for hovedgrupper innen butikkhandelen i Oslo. Mat- og drikkebutikkens kraftige økning ved koronautbruddet i 2020 og faghandelsbutikkens sterke vekst i 2022 etter foregående års nedstengninger, vises klart i figuren.



Figur 2

Kilde:SSB/IBA

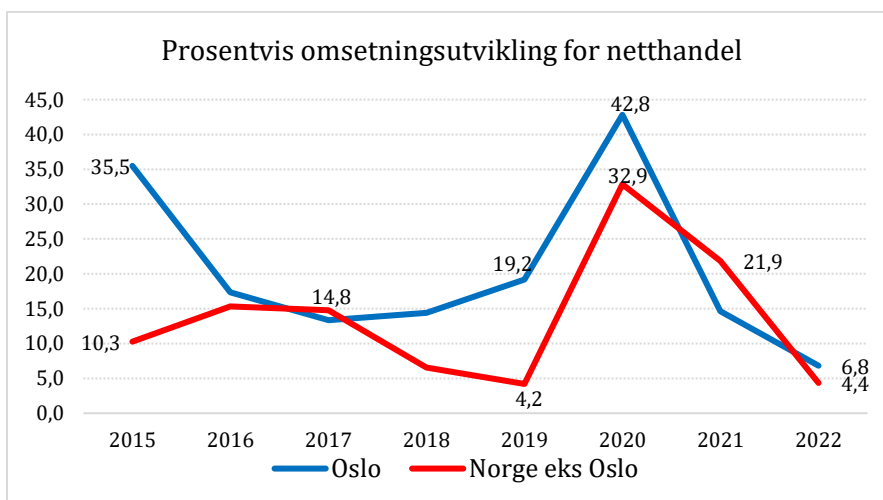
Figur 2 viser eksempler på ulik omsetningsutvikling for butikkgrupper innen faghandelen i Oslo i perioden 2015 – 2022. Før koronautbruddet hadde helse- og velværebutikkene i Oslo sterkere veksttakt enn bekledningsbutikkene og også øvrig butikkfaghandel. I 2020 falt omsetningen med 2,8 prosent mens bekledningsbutikkene hadde en nedgang på hele 18,0 prosent. Nedstengning av butikker og da spesielt butikkene i Oslo Sentrum ses på som viktigste årsak til de store omsetningsfall. De sterke prosenttall for 2021 og 2022 må også ses på som prosentene beregnet ut fra et unormalt omsetningsnivå i 2020.



Figur 3

Kilde: SSB/IBA

Figur 3 viser en sammenligning av omsetningsutviklingen for butikkhandelen i Oslo med gjennomsnittet for butikkhandelen i Norge. I årene før koronautbruddet hadde butikkhandelen i Oslo en veksttakt som med unntak av i 2016, var bedre enn landsgjennomsnittet. I 2020 og 2021 var omsetningsutviklingen for butikkhandelen i Norge langt sterkere i Norge enn i Oslo, mens omsetningsveksten i Oslo var bedre enn landsgjennomsnittet i 2022. Omsetningsutviklingen for faghandelsbutikkene forklarer langt på vei dette mønsteret for prosentvekst.



Figur 4

Kilde: SSB/IBA

Figur 4 viser en sammenligning av årlig omsetningsutvikling for virksomheter innen netthandel i Oslo med netthandelsvirksomheter i resten av landet. Netthandelen i Norge fikk et kraftig løft under starten av koronaepidemien med sterkest prosentvekst for netthandelsbedriftene i Oslo. I 2021 og 2022 var det fortsatt god vekst for netthandelen i Oslo, men naturlig nok med lavere prosent.

2.2 Detaljhandelen i Oslo fordelt på bransjer/salgskanaler

Tabell 2.4: Omsetning og omsetningsutvikling 2022 – analyse av 35 salgskanaler

Salgskanal/bransje	Oslo 2022			Norge 2022
	Oms mill kr	% - endring	DG	% - endring
Dagligvarebutikker	22 960	-3,0	85,7	-2,8
Kiosker inkl andel bensinst.	1 886	28,9	105,5	19,7
Spesialforretninger mat og drikke	1 479	8,5	226,2	11,7
Vinmonopolet	3 029	-13,8	124,4	-13,7
Sum mat og drikke	29 354	-2,2	92,7	-2,4
Klesbutikker	6 578	26,5	160,2	11,3
Skobutikker	711	42,9	143,3	11,4
Veskebutikker	464	18,3	442,4	18,7
Helsekostbutikker	205	-1,9	135,3	-2,4
Parfymier	1 273	21,0	101,0	40,2
Apotek	3 306	4,5	88,3	4,9
Gullsmeder og urmakere	995	8,5	209,1	7,6
Optikere	787	16,8	108,4	15,5
Musikkinstrumentbutikker	190	-8,3	246,5	7,2
Bok- og papirhandlere	878	20,3	156,3	11,8
Multimediabutikker	67	-11,0	422,7	-21,3
Leketøybutikker	246	28,1	93,4	2,0
Sportsbutikker	2 221	6,0	101,5	-2,3
Dyrebutikker	385	17,1	134,9	6,9
Fotobutikker	648	-0,6	460,8	3,5
Møbel- og interiørbutikker	5 148	10,3	143,9	0,5
Hjemmetekstilbutikker	872	17,2	130,5	1,2
Kjøkkenutstøysbutikker	290	-9,7	80,1	-1,1
Belysningsbutikker	296	-2,3	114,8	1,0
Telebutikker	461	33,8	155,3	7,4
Elektrobutikker	2 990	8,4	95,9	1,8
Farvehandlere	306	-3,8	98,3	-0,6
Byggevarerbutikker	2 992	6,6	49,1	0,7
Blomsterbutikker	953	-4,2	90,7	-5,4
Multivarebutikker	2 630	17,4	81,3	6,6
Sum faghandel	35 892	12,6	106,5	4,6
Sum butikkhandel	65 246	5,4	99,9	1,1
Bilrekvisitabutikker	1 073	2,8	14,2	31,9
Bensinstasjoner unntatt kiosk	3 235	35,1	37,4	38,7
Motorkjøretøyforhandlere	24 628	27,5	93,5	12,2
Fritidsbåtforhandlere	254	-0,8	40,8	-9,0
Sum bil- og båthandel	29 191	26,8	81,0	16,1
Netthandel	16 540	6,8	290,5	5,3
Sum torg- og distansehandlere	17 059	7,1	280,2	5,5
Sum detaljhandel	111 496	10,6	103,9	5,9

Tabell 2.4 viser omsetningen i detaljhandelen i Oslo fordelt på 30 salgskanaler/bransjer innen butikkhandel og 5 salgskanaler innen annen detaljhandel. Inndelingen i salgskanaler og navnene på salgskanalene er utarbeidet av Institutt for bransjeanalyser (IBA) og er gjort med sikte på å kunne levere statistikker som er mer gjenkjennbar for handelens aktører enn statistikker basert på Standard for Næringsgruppering. Foruten omsetning i millioner kroner viser tabellen omsetningsendring i prosent fra 2021, dekningsgrad basert på salgskanalenes gjennomsnittsomsetning pr innbygger i Norge og en sammenligning av omsetningsutviklingen i 2022 med landsgjennomsnittet.

Som vedlegg i denne rapporten er vist omsetning i 2009 og 2022 og omsetningsutvikling i prosent perioden 2019 – 2022 for salgskanalene i detaljhandelen. Videre viser denne tabellen landsgjennomsnitt for omsetningsutviklingen i salgskanalene. Vi vil i dette kapitlet vise og kommentere omsetning og beregnede størrelser som viser utviklingen for salgskanalene.

Bransjegruppen Mat og drikke er sammensatt av Dagligvarebutikker, Kiosker hvori er inkludert en beregnet kioskomsetning gjennom bensinstasjoner, Spesialforretninger mat og drikke og Vinmonopolet. Dagligvarebutikkens omsetning var 78,2 prosent av bransjegruppens omsetning. Dagligvarebutikkens omsetning i Oslo falt med 3,0 prosent i 2022, sammenlignet med en nedgang på 2,8 prosent for Norge. En beregnet dekningsgrad på 85,7 tilsvarte et handelsunderskudd på 3 822 millioner kroner i 2022.

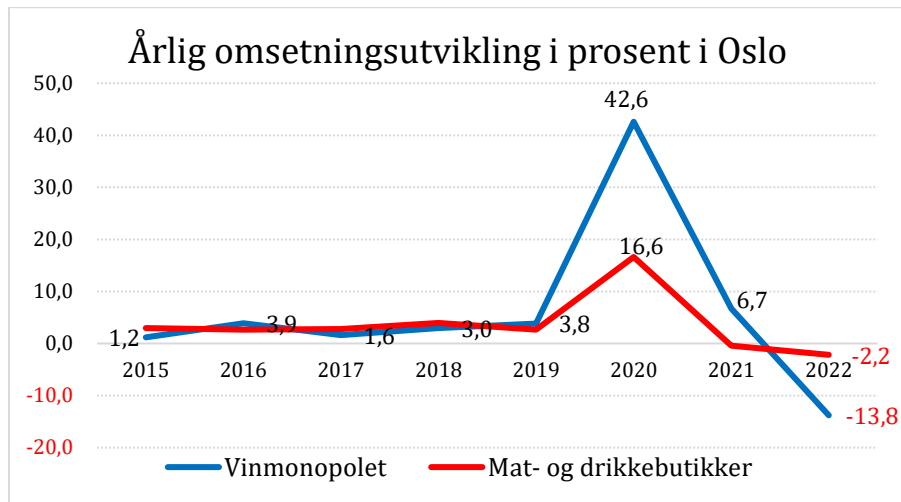
Omsetningen i dagligvarebutikkene i Oslo i 2022 sammenlignet med 2019 viste en omsetningsvekst på 12,9 prosent sammenlignet med 14,1 som landsgjennomsnitt. I 2020 øket omsetningen for dagligvarebutikkene i Oslo med 17,5 prosent. Etter 2 etter følgende år med omsetningsnedgang, var omsetningen i 2022 fortsatt godt over nivået i 2019 og også bedre i prosent enn KPI.

I bransjegruppen Mat og drikke var det salgskanalen kiosker som hadde størst prosentvis omsetningsvekst i 2022 med 28,9 prosent. I salgskanalen inngår foruten tradisjonelle kiosker, butikker med sukkervarer som hovedvarer, tobakksbutikker og beregnet kioskhandel i bensinstasjoner. Omsetningsutviklingen var også sterk for Norge med 19,7 prosent. Omsetningen i Oslo øket med 3,9 prosent i perioden 2019 – 2022, mens gjennomsnittet for landet var 6,3 prosent nedgang i omsetningen. En stor omsetningsnedgang i 2020 kan forklares med nedstengninger for spesialforretninger i Oslo og i landstallene med nedstengninger på flyplassene.

Butikkene i salgskanalen Spesialforretninger mat og drikke hadde 8,5 prosent høyere omsetning i 2022 enn året før. Landsgjennomsnittet var 11,4 prosent vekst. Butikker med salg av bakervarer kunne vise til best omsetningsutvikling både i Oslo og eller i landet. Butikkene i Oslo med salg av kjøttvarer hadde betydelig svikt i omsetningen, mens landsgjennomsnittet viste svak økning av omsetningen. Dekningsgraden for Spesialforretninger mat og drikke var 226,2 i Oslo.

Vinmonopolets omsetning i Oslo var nest størst av salgskanalene i bransjegruppen Mat og drikke. I likhet med på landsbasis var det stor omsetningssvikt for Vinmonopolet i 2022. Nedgangen på 13,8 prosent i Oslo må ses i sammenheng med at det var en omsetningsvekst på hele 42,6 prosent i 2020 som en følge av øket forbruk under pandemien, bortfall av grensehandel og omsetning ved flyplasser. Det var også omsetningsvekst ved Vinmonopolets butikker i Oslo i 2021.

Gjenåpning av grensene og utenlandsreiser må ses på som forklaring på omsetningsnedgangen for Vinmonopolet i 2022. Omsetningen for Vinmonopolet i Oslo var 31,1 prosent større i 2022 enn i 2019. Omsetningsveksten i Norge i perioden var 14,5 prosent. For å illustrere omsetningsutviklingen for Vinmonopolet i Oslo i de senere år, har vi i figur 5 vist utviklingen i perioden 2015 – 2022 og sammenlignet denne med omsetningsutviklingen for mat- og drikkebutikkene i Oslo.



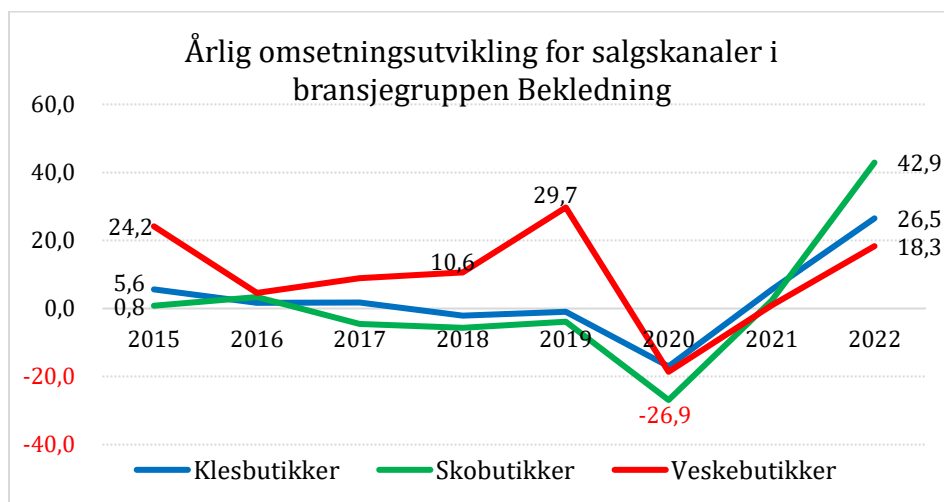
Figur 5

Kilde: SSB/IBA

Bransjegruppen Bekledning omfatter salgskanalene Klesbutikker, Skobutikker og Veskebutikker. Omsetningsmessig domineres bransjegruppen av salgskanalen Klesbutikker. Salgskanalen hadde i 2022 en omsetningsvekst i Oslo på 26,5 prosent. Landsgjennomsnittet var en vekst på 11,3 prosent. Dekningsgraden for Oslo-butikkene var 160,2, noe som tilsvarte et handelsoverskudd på 2 472 millioner kroner.

Skobutikkene hadde størst prosentvis vekst i bransjegruppen Bekledning med 42,9 prosent i 2022. Landsgjennomsnittet var her 11,4 prosent. Målt ut fra omsetning er Veskebutikkene den minste av salgskanalene i bransjegruppen Bekledning. Omsetningsveksten i 2022 var 18,3 prosent og noenlunde lik vekst med landsgjennomsnittet. Dekningsgraden for Oslo-butikkene var 442,4 i 2022, noe som tilsvarte et handelsoverskudd på 359 millioner kroner i 2022.

Omsetningen i Oslo i perioden 2019 – 2022 for salgskanalene i bransjegruppen Bekledning viste 10,9 prosent økning for Klesbutikker, 6,9 prosent økning for Skobutikkene, mens Veskebutikkene hadde 2,9 prosent nedgang i omsetning. Tall for Norge viste 4,0 prosent omsetningsvekst for Klesbutikkene i denne periode, mens Skobutikkene hadde 0,1 prosent nedgang i omsetning og Veskebutikkene hadde 13,9 prosent lavere omsetning.



Figur 6

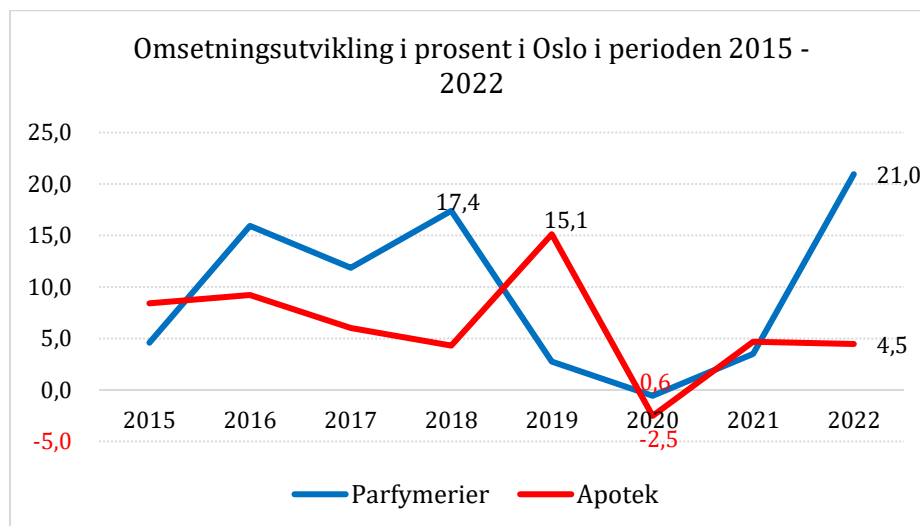
Kilde: SSB/IBA

Figur 6 illustrerer de store omsetningssvingningene for salgskanalene i bransjegruppen Bekledning både før, under og etter koronaepidemien. Nye butikker, nedstengninger under korona og endringer i kundenes innkjøp, vil være nærliggende forklaring på de store endringer i omsetning.

Bransjegruppen Helse- og velværebutikker omfatter salgskanalene Helsekostbutikker, Parfyerier, Apotek, Gullsmeder og urmakere, Optikere. Ut fra nivået på omsetning er salgskanalen Apotek den desidert største. Omsetningen i Oslo øket med 4,5 prosent i 2022, en litt svakere vekst enn gjennomsnittet for Norge. Dekningsgraden i Oslo for salgskanalen Apotek var 88,3, noe som tilsvarte et handelsunderskudd på 437 millioner kroner.

Omsetningsveksten for salgskanalen Parfyerier i Oslo var 21,0 prosent i 2022. Landsgjennomsnittet for Parfyerier var imidlertid 40,2 prosent, et nivå som var det klart største av salgskanalene innen butikkhandel. Salgskanalen Urmakere og gullsmeder kunne vise solid omsetningsvekst med 8,5 prosent i 2022. Dekningsgraden for salgskanalen var 209,1, noe som tilsvarte et handelsoverskudd for Oslo-butikkene på 519 millioner kroner i 2022.

I perioden 2019 – 2022 øket omsetningen for Parfyerierne i Oslo med 24,4 prosent, mens gjennomsnittet for Norge var en økning på 46,0 prosent. Omsetningen for Apotekene i Oslo viste en økning på 6,6 prosent i perioden, sammenlignet med 21,2 prosent som landsgjennomsnitt. Salgskanalen Gullsmeder og urmakere øket omsetningen i Oslo med 23,1 prosent i perioden 2019 – 2022 og Optikere øket med 25,9 prosent. Statistikken viste nedgang i omsetningen på grunn av nedstengninger i 2020, sterk vekst i 2021 og ytterligere vekst i omsetning i 2022. Gjennomsnittet for Norge viste også solid omsetningsvekst for disse salgskanaler i perioden 2019 - 2022.



Figur 7

Kilde: SSB/IBA

Figur 7 viser omsetningsutviklingen i prosent for salgskanalene Parfyerier og Apotek i perioden 2015 – 2022. I årene før koronautbrudd var det stor omsetningsvekst i disse salgskanaler, for så å få omsetningsnedgang i 2020. I 2021 var omsetningen tilbake til det normale, og i 2022 var det gode veksttall, spesielt for parfyerierne.

Bransjegruppen Sport, fritid og kultur omfatter salgskanalene Musikkinstrumentbutikker, Bok- og papirhandlere, Multimediabutikker, Leketøybutikker, Sportsbutikker, Dyrebutikker og Fotobutikker. 48 prosent av bransjegruppens omsetning i Oslo var i 2022 gjennom butikker i salgskanalen Sportsbutikker. Disse øket omsetningen med 6,0 prosent i 2022, sammenlignet med en omsetningsnedgang på 2,3 prosent for Norge. Oslo-butikkene omsetningsvekst i 2022 kom etter flere år med omsetningsnedgang.

Salgskanalen Bok- og papirhandlerne er nest størst i bransjegruppen målt ut fra omsetning. Omsetningsveksten på 20,3 prosent i 2022 kom etter mange år med nedgang i omsetningen. Størst var nedgangen i pandemiåret 2021 med 9,3 prosent. Dekningsgraden var 156,3 i 2022. Dette tilsvarte

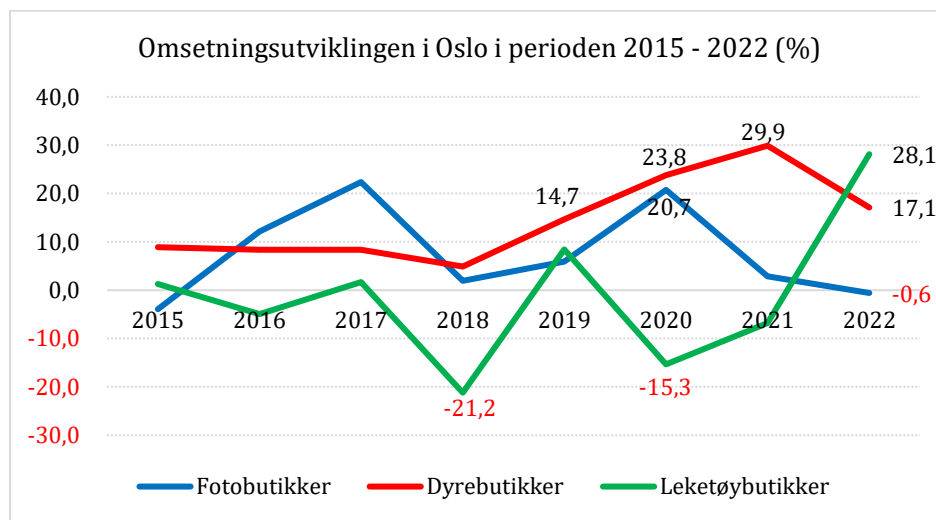
et handelsoverskudd på 316 millioner for bokhandlerne i Oslo. Salgskanalen Fotobutikker hadde 0,6 prosent nedgang i omsetningen i 2022. Landsgjennomsnittet var 3,5 prosent omsetningsvekst. Fotobutikkene i Oslo hadde i 2022 en dekningsgrad på 460,8, noe som betød et handelsoverskudd på 507 millioner kroner.

Av salgskanalene i bransjegruppen Sport, fritid og kultur var det leketøybutikker som med 28,1 prosent hadde størst omsetningsøkning målt i 2022. Landsgjennomsnittet for salgskanalen var kun 2,0 prosent vekst. Sterk vekst hadde også salgskanalen Dyrebutikker med 17,1 prosent, sammenlignet med 6,9 prosent som landsgjennomsnitt. Salgskanalene Musikkinstrumentbutikker og Multimediabutikker hadde lave omsetningsnivåer i Oslo og begge salgskanaler hadde stor prosentvis nedgang i omsetningen i 2022, en trend gjennom flere år.

Omsetningsutviklingen for salgskanalene i bransjegruppen Sport, fritid og kultur viste store variasjoner i perioden 2019 – 2022. Multimediabutikkene var den eneste av salgskanalene i bransjegruppen med nedgang i omsetningen og hadde 22,1 prosent lavere omsetning i 2022 enn i 2019. Leketøybutikkene i Oslo hadde 1,2 prosent høyere omsetning i 2022 enn i 2019, sammenlignet med en omsetningsvekst på 16,6 prosent som landsgjennomsnitt.

Salgskanalen Sportsbutikker, som er desidert størst i bransjegruppen målt ut fra nivået på omsetning, hadde kun 2,6 prosent økning i omsetningen i Oslobutikkene i perioden 2019 – 2022. Gjennomsnittet for Norge var 10,2 prosent omsetningsvekst. Den svake omsetningsutvikling for Sportsbutikkene i Oslo sammenlignet med landsgjennomsnittet, var først og fremst på grunn av svak vekst i 2020 og 3,9 prosent nedgang i omsetningen i 2021.

Salgskanalen Dyrebutikker var den store vinneren blant salgskanalene innen Butikkhandelen, målt ut fra størrelsen omsetningsvekst i prosent i perioden 2019 – 2022. Omsetningen i Dyrebutikkene øket med 88,7 prosent i denne periode, mens gjennomsnittet for Norge var en økning på 57,4 prosent.



Figur 8

Kilde: SSB/IBA

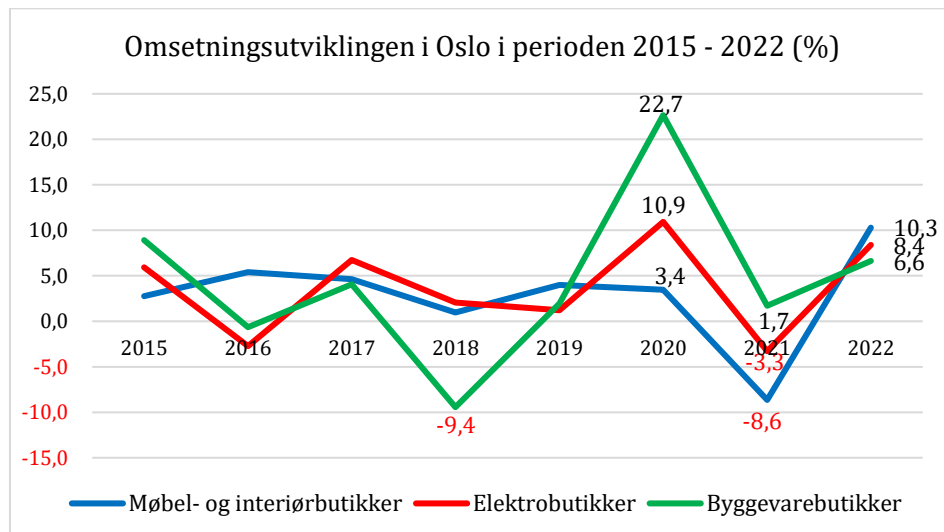
Figur 8 viser omsetningsutviklingen i perioden 2015 – 2022 for 3 salgskanaler i bransjegruppen Sport, fritid og kultur. Dette som eksempler på salgskanaler som har hatt store variasjoner i omsetningsutviklingen i de senere år. Salgskanalen Fotobutikker kan vise til god omsetningsvekst i Oslo fra 2016, spesielt god vekst under pandemiåret 2020 og nedgang i omsetningen i 2022. Dyrebutikkene også omtalt som zoobutikker kan vise til sterke veksttall for omsetningen i Oslo i hele perioden og med spesielt sterke veksttall i pandemiårene 2020 og 2021. For butikkene i salgskanalen leketøybutikker viser statistikken stor omsetningsnedgang i 2018 og i 2020, mens 2022 viser sterk økning av omsetningen.

Bransjegruppen Hus og hjem omfatter salgskanalene Møbel- og interiørbutikker, Hjemmetekstilbutikker, Kjøkkenutstyrsbutikker, Belysningsbutikker, Telebutikker, Elektrobutikker, Farvehandlere, Byggevarebutikker, Blomsterbutikker og Multivarebutikker.

Den av salgskanalene i bransjegruppen Hus og hjem som var klart størst i omsetning i Oslo, var Møbel- og interiørbutikker. Omsetningen øket med 10,3 prosent i 2022, mens landsgjennomsnittet for salgskanalene var en omsetningsvekst på 0,5 prosent. Dekningsgraden på 143,8 tilsvarer et handelsoverskudd på 1 572 millioner kroner. I perioden 2019 – 2022 øket omsetningen for butikkene i Oslo i salgskanalene Møbel- og interiørbutikker med 4,2 prosent. Gjennomsnittet for Norge var her 13,5 prosent. Forskjellen i omsetningsvekst i perioden er først og fremst på grunn av svak vekst for Oslobutikkene i 2020 og 8,6 prosent nedgang i omsetningen i 2021. Landsgjennomsnittet var omsetningsvekst både i 2020 og 2021.

Byggevarebutikkene i Oslo øket omsetningen med 6,6 prosent i 2022. Landsgjennomsnittet var en omsetningsvekst på 0,7 prosent. En dekningsgrad på 49,1 forteller om et handelsunderskudd for salgskanalene på 3,1 milliarder. I perioden 2019 – 2022 øket omsetningen i Oslobutikkene med 33,0 prosent, sammenlignet med et landsgjennomsnitt på 37,2 prosent. 2020 var året i denne periode hvor omsetningsveksten i prosent var størst både for Byggevarebutikkene i Oslo og for Norge.

Butikkene i salgskanalene Elektrobutikker i Oslo øket omsetningen i 2022 med 8,4 prosent, sammenlignet med 1,8 prosent som landsgjennomsnitt. Dekningsgraden 95,9 tilsvarer et beregnet handelsunderskudd på 127 millioner kroner. Butikkene i Oslo i salgskanalene Elektrobutikker øket omsetningen med 16,3 prosent i perioden 2019 – 2022. Gjennomsnittet for Norge var en omsetningsvekst på 17,7 prosent. Omsetningsutviklingen i denne periode var noenlunde lik for Oslobutikkene og for landsgjennomsnittet med sterk omsetningsvekst i året med pandemiutbrudd 2020, nedgang i omsetningen i 2021 og økning i 2022.



Figur 9

Kilde: SSB/IBA

Figur 9 viser omsetningsutviklingen i prosent for salgskanalene i bransjegruppen Hus og hjem og som hadde størst omsetning i 2022. Størstedelen av omsetningen i disse salgskanaler er gjennom frittstående storbutikker og ble i mindre grad rammet av nedstengninger under koronaepidemien. Byggevarebutikkene og Elektrobutikkene fikk stor omsetningsvekst i koronaåret 2020. I 2021 var det betydelig omsetningsnedgang for Møbel- og interiørbutikkene og Elektrobutikkene, og i 2022 var det tilbake til god omsetningsvekst for disse salgskanalene.

Omsetningen i salgskanalen Multivarebutikker i Oslo var 2 630 millioner kroner i 2022. Omsetningen var en økning på 17,4 prosent fra året før. Gjennomsnitt for Norge var til sammenligning 6,6 prosent. Dekningsgraden 81,3 tilsvarte et handelsunderskudd i Oslo på 603 millioner kroner. I perioden 2019 – 2022 øket omsetningen i Oslobutikkene med 7,3 prosent, mens landsgjennomsnittet var en økning av omsetningen på 26,5 prosent. Den store forskjell mellom omsetningsutviklingen i Oslo og landsgjennomsnittet forklares først og fremst med en nedgang i omsetningen for Multivarebutikkene i Oslo i 2021 på 10,4 prosent, mens landsgjennomsnittet i 2021 var 2,6 prosent omsetningsvekst.

Av andre salgskanaler i bransjegruppen Hus og hjem, viser Tabell 2.4 en omsetningsvekst på 33,8 prosent for salgskanalen Telebutikker. Landsgjennomsnittet var her 7,4 prosent. Omsetningen i Telebutikkene i Oslo var 55,3 prosent over landsgjennomsnittet i 2022. Dette tilsvarte et handelsoverskudd på 164 millioner i 2022. Telebutikkene i Oslo øket omsetningen med 52,1 prosent i perioden 2019 – 2022. Gjennomsnitt for Norge i perioden var 8,9 prosent. Omsetningen i butikkene i Oslo viste god økning både i 2020 og 2021, mens gjennomsnittet for Norge viste omsetningsnedgang i 2020 og en svakere omsetningsvekst i 2021 enn den i Oslo.

Salgskanalen Hjemmetekstilbutikker i Oslo hadde en omsetning på 872 millioner kroner i 2022. Dette var en økning på 17,2 prosent fra 2021. Landsgjennomsnittet var til sammenligning en økning på 1,2 prosent. Dekningsgraden 130,5 tilsvarte et handelsoverskudd for Hjemmetekstilbutikkene i Oslo på 204 millioner kroner. Omsetningsutviklingen i perioden 2019 – 2022 var 32,9 prosent. Gjennomsnittet for Norge var 16,6 prosent. I 2020 var det sterk omsetningsvekst både i Oslo og i Norge, mens 2021 var svak nedgang i omsetningen i Oslo og svak vekst som gjennomsnitt for Norge.

Salgskanalen Blomsterbutikker som også omfatter hagesentre, hadde 4,2 prosent nedgang i omsetning i Oslo i 2022. Landsgjennomsnittet var en omsetningsnedgang på 5,4 prosent. Dekningsgraden 90,7 tilsvarte et handelsunderskudd på 97 millioner i 2022. En lav andel i Oslo av omsetning gjennom hagesentre, forklarer at det er handelsunderskudd for salgskanalen. I perioden 2019 – 2022 øket omsetningen gjennom Blomsterbutikker i Oslo med 25,4 prosent. Gjennomsnittet for Norge var en økning på 16,7 prosent. Omsetningsmønsteret for Oslobutikkene var sterk omsetningsvekst i 2020, god vekst i 2021 og omsetningsnedgang i 2022. For Norge var omsetningsmønstret noenlunde likt, men med lavere veksttall og større nedgang i 2022.

Salgskanalene Kjøkkenutstyrsbutikker og Belysningsbutikker i Oslo hadde begge omsetningsnedgang i 2022. Gjennomsnittet for Norge viste en mindre nedgang i omsetningen for Kjøkkenutstyrsbutikkene og svak vekst for Belysningsbutikkene. I perioden 2019 – 2022 var det 9,7 prosent nedgang i omsetningen for Kjøkkenutstyrsbutikkene i Oslo, mens Belysningsbutikkene hadde omsetningssvikt på 6,6 prosent. Gjennomsnittet for Norge var til sammenligning en omsetningsvekst på henholdsvis 5,1 og 19,1 prosent. Forskjellen i omsetningsutvikling var størst i 2020 hvor det var sterk vekst i gjennomsnittet for Norge, og svak vekst i Oslo. I 2021 var det nedgang i omsetningen for begge salgskanalene i Oslo, mens landsgjennomsnittet viste omsetningsnedgang for Kjøkkenutstyrsbutikker og omsetningsnedgang for Belysningsbutikker.

Tabell 2.4 viser i tillegg til salgskanaler definert som Butikkhandel, 5 salgskanaler i bransjegruppene Bil- og båthandel og Torg- og distansehandel. **Bransjegruppen Bil- og båthandel** omfatter salgskanalene Bilrekvisitabutikker, Bensinstasjoner unntatt kioskhandel, Motorkjøretøyforhandlere og Fritidsbåtforhandlere.

I 2022 var 84,4 prosent av omsetningen i Oslo i bransjegruppen Bil- og båthandel, omsetning i virksomheter i salgskanalen Motorkjøretøyforhandlere. Omsetningen øket med 27,5 prosent i 2022, sammenlignet med 12,2 prosent som gjennomsnitt for Norge. En dekningsgrad på 93,5 tilsvarte et handelsunderskudd for salgskanalen i Oslo på 1 722 millioner kroner. I perioden 2019 – 2022 var det 26,5 prosent omsetningsvekst for forhandlerne i Oslo. Gjennomsnittet for Norge var 52,3 prosent. Den store forskjell i omsetning i perioden mellom Oslo og tallene for Norge, var først og fremst på

grunn av en nedgang på 9,2 prosent i omsetningen av motorkjøretøyer i Oslo i 2020, mens omsetningen i Norge viste 8,6 prosent omsetningsvekst. I 2021 var det stor vekst for forhandlerne i Oslo, men langt sterkere vekst i gjennomsnittstallene for Norge.

Salgskanalen Bensinstasjoner unntatt kiosk var nest størst målt ut fra omsetning og hadde en omsetningsvekst på 35,1 prosent i 2022. Landsgjennomsnittet var her 38,7 prosent. Dekningsgraden i Oslo var kun 37,4, noe som tilsvarte et handelsunderskudd i 2022 på 4,3 milliarder kroner. Omsetningsmønsteret var noenlunde likt i Oslo og gjennomsnittet for Norge, sterk nedgang i omsetningen i 2020, god vekst i 2021 og meget sterk omsetningsvekst i 2022.

Salgskanalen Bilrekvisitabutikker hadde 2,8 prosent øket omsetning i Oslo i 2022. Landsgjennomsnittet var her en omsetningsvekst på 38,7 prosent. Omsetningen i Oslo-butikkene tilsvarte en dekningsgrad på 14,2 og et beregnet handelsunderskudd på 451 millioner kroner. I perioden 2019 – 2022 var det 17,7 prosent økning for butikkene i Oslo og 35,8 prosent for Norge.

Omsetningen til virksomhetene i Oslo i salgskanalen Fritidsbåtforhandlerne falt med 0,8 prosent i 2022. Landsgjennomsnittet var her en nedgang i omsetning på 9,0 prosent.



Figur 10

Kilde: SSB/IBA

Figur 10 viser omsetningsutviklingen i prosent i Oslo i perioden 2015 - 2022 for salgskanalene Motorkjøretøyforhandlere og Bensinstasjoner eks kioskhandel. Med unntak av 2018 og pandemiåret 2020 viser statistikken god omsetningsvekst for salgskanalen Motorkjøretøyforhandlerne. Bensinstasjonene i Oslo har hatt mange år med nedgang i omsetning. I pandemiåret 2020 falt omsetningen med 13,4 prosent. I likhet med gjennomsnittet for Norge ble det omsetningsvekst i 2021 og spesielt høye veksttall i 2022, noe som først og fremst kan forklares med høye priser på drivstoff.

Bransjegruppen Torg- og distansehandel omfatter salgskanalene Torghandlere og Post- og internetthandlere. I tabell 2.4 har vi valgt å vise data for Netthandel som i 2022 hadde 97 prosent av bransjegruppens omsetning i Oslo. Omsetningen gjennom virksomheter definert som Netthandel i Oslo var 16 540 millioner kroner eksklusive merverdiavgift i 2022. Dette var en økning fra året før på 6,8 prosent, sammenlignet med 5,3 prosent som landsgjennomsnitt. Dekningsgraden 290,5 tilsvarte et handelsoverskudd på 10 848 millioner kroner. Omsetningsutviklingen for netthandelen i Oslo sammenlignet med netthandelen i resten av landet, er vist i figur 4 i denne rapporten.

3. Handelen i Oslos bydeler og byområder

Våre analyser av omsetning i handelen bygger på data levert av Statistisk sentralbyrå (SSB). Nye regler for leveranser fra SSB hvor det ikke som tidligere kan leveres data for sammensatte næringer og heller ikke for sammensatte kommuner, begrenser muligheten for å gjennomføre analyser som viser omsetning og omsetningsutvikling i detaljhandelen som vist i tidligere analyser av Oslohandelen. Byrådet kan heller ikke som tidligere levere omsetningsdata for servering- og servicevirksomheter i bydeler og tilpassede data for antall virksomheter og sysselsetting.

Disse begrensninger i tilgang på data, har ført til at årets analyse av handelen i Oslos bydeler og i byområder er betydelig endret fra tidligere analyser. Analysen bygger på SSB's statistikker for bydelene i Oslo. Disse bygger på Standard for næringsgruppering og er underlagt SSB's regler for når omsetningstall ikke skal oppgis, og i stedet skal erstattes med prikking. Dette innebærer at bydelstatistikker hvor det i de fleste bydeler er færre enn 3 butikker i de fleste næringsgrupper eller næringsgruppen har butikker med store omsetningsandeler, blir statistikker hvor omsetningstall blir erstattet med prikker. Dette gjør at statistikkene for Oslos bydeler er lite egnet til å kunne utarbeide statistikk som kan brukes i en sammenligning av omsetning og omsetningsutvikling mellom bydeler og byområder.

Ut fra tilgjengelig omsetningstall fra SSB for Oslos bydeler har vi valgt å analysere omsetning og omsetningsutvikling ut fra en inndeling som vist i totaltallene for Oslo.

Tabell 3.1: Sum Oslo ved fordeling på bydeler (Kilde: SSB/IBA)

	2021	2022	%-endring
Mat- og drikkebutikker	30 217	29 559	-2,2
Faghandelsbutikker	31 929	35 941	12,6
Sum butikkhandel	62 146	65 500	5,4
Torg- og distansehandel	15 926	17 059	7,1
Detaljhandel ekskl motor	78 072	82 559	5,7

Tabell 3.1 viser sumstørrelser for den inndeling av omsetning som ut fra vår tilgang på statistikker for bydelene levert av SSB, kan vises for alle bydeler og byområder i Oslo. Avvikene i tallene for 2022 mellom analysen av salgskanaler vist i tabell 2.4 og tallene i tabell 3.1 forklares slik:

- Avviket på 205 millioner for Mat- og drikkebutikker forklares med at Helsekostbutikker er registrert som Mat- og drikkebutikk i analysene av bydelene, mens butikkene er vurdert som faghandel i bransjegruppe Helse- og velværebutikker i analysen av salgskanaler.
- Avviket på 254 millioner kroner mellom sum butikkhandel i de to tabeller forklares ved at omsetningen i salgskanalen Fritidsbåtforhandlere er inntatt som salgskanal i bransjegruppen Bil- og båthandel, mens denne salgskanal inngår som faghandel i analysen av bydelene.

Bydelenes omsetningstall for Mat- og drikkebutikker er fremkommet som sum av næringsgruppene 47.1 og 47.2 og en beregnet andel kioskumsetning i 47.3 og fratrasket omsetningen for næringsgruppe 47.19.

Faghandelsomsetningen i bydelene er beregnet som sum av næringsgruppene 47.4, 47.5, 47.6, 47.7 og 47.19.

Torg- og distansehandel er sum av næringsgruppene 47.8 og 47.9.

3.1 Omsetning og omsetningsutvikling i Oslos bydeler og byområder

I dette kapitelet vil vi vise omsetning og omsetningsutvikling for virksomheter definert som næringer med butikkhandel som hovedformål og med beliggenhet i Oslos bydeler og byområder i 2022. Butikkhandelen er videre inndelt i Mat- og drikkebutikker og Faghandelsbutikker. Omsetningen er vist i millioner kroner og er eksklusive merverdiavgift.

Tabell 3.2: Omsetning og omsetningsutvikling i Oslos bydeler og byområder 2022 (Kilde SSB/IBA)

Bydeler/Byområder	Omsetning 2022 (mill kr)			Omsetningsendring i %		
	Mat og drikke	Faghandel	Butikkhandel	Mat og drikke	Faghandel	Butikkhandel
Gamle Oslo	2 531	1 018	3 549	1,4	15,5	5,1
Grünerløkka	2 535	1 139	3 674	-4,3	15,5	1,0
Sagene	2 552	2 614	5 166	-4,9	19,7	6,2
St.Hanshaugen	1 828	2 270	4 098	5,0	13,4	9,5
Frogner	3 320	4 432	7 752	5,1	10,5	8,1
Sum Indre by ekskl Sentrum	12 766	11 473	24 239	0,3	14,0	6,3
Ullern	1 933	4 182	6 115	-6,8	5,9	1,5
Vestre Aker	1 672	837	2 509	-7,5	9,6	-2,5
Nordre Aker	1 585	1 514	3 099	-5,6	3,2	-1,5
Sum Oslo Vest/Nord	5 190	6 533	11 723	-6,7	5,7	-0,2
Bjerke	1 220	775	1 995	-4,7	25,0	5,0
Grorud	850	317	1 167	-5,6	8,8	-2,1
Stovner	1 200	680	1 880	-6,4	1,2	-3,8
Alna	1 596	6 177	7 773	-5,8	9,9	6,2
Sum Groruddalen	4 866	7 949	12 815	-5,6	10,3	3,7
Østensjø	1 780	1 109	2 889	-9,2	6,4	-3,8
Nordstrand	1 757	1 016	2 773	-8,9	10,0	-2,8
Søndre Nordstrand	1 009	375	1 384	-3,9	20,0	1,6
Sum Oslo Syd	4 546	2 500	7 046	8,0	9,7	-2,4
Oslo Sentrum	2 003	7 395	9 398	26,2	20,8	21,9
Sum Oslo	29 559	35 941	65 500	-2,2	12,6	5,4

Omsetningstallene i tabell 3.2 bygger på data fra SSB's terminvise omsetningsstatistikk for bydeler i Oslo 2021 og 2022. Avviket mellom omsetningstallene for Oslo, vist som Sum Oslo, og sum av omsetning registrert på bydeler, er omsetning i området Marka og for butikker som ikke er stedfestet av SSB. Samlet omsetning gjennom de butikker som ikke er henført til bydeler, utgjorde i 2022 ca. 0,4 prosent av butikkhandelen i Oslo.

Oslo Sentrum var området med størst omsetning i 2022 gjennom butikker definert som butikkhandel. Butikkomsetningen på 9 398 millioner var 14,3 prosent av omsetningen i Oslo. Av bydelene var det Alna som hadde størst butikkomsetning med 7 773 millioner, tett fulgt av bydel Frogner med 7 752 millioner. Minst i butikkomsetning i 2022 var bydel Grorud med 1 167 millioner og bydel Søndre Nordstrand med 1 384 millioner. Av byområdene var det Oslo indre by eksklusive Sentrum som hadde den desidert største butikkomsetning i 2022. 37 prosent av butikkomsetningen i Oslo var gjennom butikker i dette byområdet som omkranser Oslo Sentrum.

Med en nettoomsetning på 3 320 millioner kroner i 2022, var det bydel Frogner som kunne vise til størst omsetning gjennom butikker definert som Mat- og drikkebutikker. Også de andre bydelene i byområdet Indre by eksklusive Sentrum hadde stor omsetning gjennom Mat- og drikkebutikkene.

Bydel Grorud, som også er den av bydelene i Oslo med lavest innbyggertall, var bydelen som hadde minst omsetning gjennom sine mat- og drikkebutikker.

Bydel Alna var som vanlig størst målt ut fra bydelenes omsetning gjennom faghandelsbutikker. Faghandelsbutikkens omsetning på 6 177 millioner kroner i bydel Alna var 17,2 prosent av omsetningen gjennom faghandelsbutikkene i Oslo. Bydelene Frogner og Ullern kunne også vise til høye omsetningstall for faghandelen. Med en omsetning innen faghandelen på 7 395 millioner, hadde butikkene i Oslo Sentrum større omsetning enn bydelene. Lavest nivå på bydelenes faghandelsomsetning hadde bydelene Grorud og Søndre Nordstrand.

I 2022 var det store variasjoner mellom bydeler og mellom byområder i omsetningsutviklingen målt i prosent for butikkhandelen og dens inndeling i mat- og drikkebutikker og faghandelsbutikker. For samlet butikkomsetning var det bydel St.Hanshaugen som hadde størst økning med 9,5 prosent. Andre bydeler med sterke veksttall for butikkhandelen, var Frogner, Sagene og Alna. Men aller sterkest vekst for butikkhandelen hadde byområdet Oslo Sentrum med 21,9 prosent. 40 prosent av Oslos bydeler hadde lavere butikkomsetning i 2022 enn året før. Svakest omsetningsutvikling for butikkhandelen hadde bydelene Stovner og Østensjø, begge med 3,8 prosent omsetningsnedgang.

80 prosent av bydelene hadde nedgang i omsetningen i Mat- og drikkebutikkene i 2022. Det var kun 3 bydeler i byområdet Oslo indre by eksklusive Sentrum som kunne vise til omsetningsvekst for sine mat- og drikkebutikker. Bydelene Frogner med 5,1 prosent økning og bydel St.Hanshaugen med 5,0 prosent kunne vise til sterkest omsetningsvekst for mat- og drikkebutikkene. Aller sterkest omsetningsøkning hadde imidlertid byområdet Oslo Sentrum med 26,2 prosent økning i 2022. Størst prosentvis nedgang i omsetningen i mat- og drikkebutikkene, bydel Østensjø med 9,2 prosent og bydel Nordstrand med 8,9 prosent. Byområdet Oslo Syd hadde 8,0 prosent nedgang i omsetningen gjennom mat- og drikkebutikkene.

Faghandelsbutikkene var omsetningsvinnerne i 2022. Gjennomsnittlig vekst for Oslo var 12,6 prosent. Av bydelene var det sterkest omsetningsvekst for faghandelen i bydel Bjerke med 25,0 prosent. Bydel Søndre Nordstrand hadde 20,0 prosent omsetningsvekst for faghandelen og i bydel Sagene var veksten 19,7 prosent. I Oslo Sentrum øket faghandelsomsetningen med 20,8 prosent, og byområdet Oslo indre by ekskl Sentrum hadde 14,0 prosent omsetningsvekst for faghandelen.

Tabell 3.3: Omsetning og omsetningsutvikling for sammenslåtte byområder (Kilde: SSB/IBA)

Bydeler/Byområder	Omsetning 2022 (millioner kr)			Omsetningsendring i %		
	Mat og drikke	Faghandel	Butikkhandel	Mat og drikke	Faghandel	Butikkhandel
Indre by	14 769	18 868	33 637	3,2	16,6	10,3
Ytre by	14 602	16 981	31 584	-6,7	8,4	0,8
Oslos totalt	29 559	35 941	65 500	-2,2	12,6	5,4
Sentrum	2 003	7 395	9 398	26,2	20,8	21,9
Oslo ekskl Sentrum	27 556	28 546	56 102	-3,8	10,6	3,1

Tabell 3.2 viser omsetning og omsetningsutvikling i 2022 for Oslo inndelt i Indre og Ytre by. Butikker definert som butikkhandel øket omsetningen i Indre by med 10,3 prosent, mens butikkene lokalisert i Ytre by kun øket med 0,8 prosent. Størst var forskjellene for Mat og drikke hvor butikkene i indre øket omsetningen med 3,2 prosent, mens omsetningen falt med 6,7 prosent i Ytre by. Tabellens nedre del viser sentrumsbutikkens store veksttall i 2022 sammenlignet med gjennomsnittet for butikkhandelen i resten av Oslo.

3.2 Dekningsgrad og handelsbalanse for bydeler og byområder i Oslo 2022

Vi skal her vise og kommentere dekningsgrad og beregnet handelsbalanse for butikkhandelen i bydeler og byområder i Oslo i 2022. Beregningene er basert på gjennomsnittstall for Norge som 100 for dekningsgrad og 0 som handelsbalanse.

Tabell 3.4: Dekningsgrad og handelsbalanse for bydelene i Oslo 2022 (Kilde: SSB/IBA)

Bydeler/Byområder	Dekningsgrad (Norge = 100)			Handelsbalansen (mill kr)		
	Mat og drikke	Fag-handel	Butikk-handel	Mat og drikke	Fag-handel	Butikk-handel
Gamle Oslo	92,3	35,0	62,8	-213	-1 891	-2 103
Grünerløkka	88,2	37,4	62,1	-338	-1 907	-2 245
Sagene	121,5	117,4	119,3	451	386	837
St.Hanshaugen	103,4	121,2	112,6	61	397	458
Frogner	123,8	155,9	140,3	639	1 590	2 228
Sum Indre by eks Sentrum	104,9	89,0	96,7	600	-1 425	-825
Ullern	122,6	250,2	188,3	356	2 510	2 867
Vestre Aker	72,7	34,3	52,9	-629	-1 602	-2 230
Nordre Aker	66,0	59,4	62,6	-818	-1 033	-1 851
Sum Oslo Vest/Nord	82,6	98,1	90,6	-1 090	-124	-1 214
Bjerke	75,9	45,5	60,2	-387	-929	-1 316
Grorud	68,4	24,1	45,6	-392	-1 000	-1 392
Stovner	79,6	42,6	60,5	-307	-918	-1 226
Alna	71,6	261,3	169,2	-634	3 813	3 179
Sum Groruddalen	73,9	113,8	94,4	-1 721	966	-755
Østensjø	77,4	45,5	61,0	-518	-1 328	-1 846
Nordstrand	73,9	40,3	56,6	-622	-1 506	-2 127
Søndre Nordstrand	57,4	20,1	38,2	-749	-1 489	-2 238
Sum Oslo Syd	70,6	36,6	53,1	-1 890	-4 322	-6 212
Sentrum	...	...	...	1 280	6 628	7 908
Oslos bydeler totalt	93,3	107,0	100,4	-2 124	2 354	231

Dekningsgradene er en målstørrelse som viser handelens styrke sammenlignet med et gjennomsnitt for Norge. Dekningsgrader under 100 forteller om et handelsunderskudd. Ved beregning av handelsbalansen vises dette som en minusstørrelse og i tabellen også som et rødt tall. En dekningsgrad over 100 forteller om et handelsoverskudd. Handelsbalansen er da positiv og vises som et svart tall. For Oslo Sentrum er det ikke vist beregnet dekningsgrad. På grunn av et lavt innbyggertall i sentrum og stor omsetning, blir størrelsen på dekningsgradene svært høye og lite informative. Det er derfor kun prikkinger for dekningsgraden for sentrumsområdet.

Blant bydelene er det Ullern som kan vise til størst dekningsgrad for butikkhandelen med 188,3, dvs. ett omsetningsnivå som er 83,3 prosent større i bydel Ullern enn en omsetning beregnet ut fra gjennomsnittlig omsetning pr. innbygger for butikkhandelen i Norge. Handelsoverskuddet for butikkhandelen i bydel Ullern er beregnet 2 867 millioner kroner. Bydel Alna hadde en dekningsgrad på 169,2 noe som tilsvarte et handelsoverskudd på 3 179 millioner. Andre bydeler med handelsoverskudd var Frogner, Sagene og St.Hanshaugen og naturligvis byområdet Oslo Sentrum.

For butikkene i Oslo definert som Mat- og drikkebutikker var det høyest nivå på dekningsgraden i bydel Frogner med 123,8, tett fulgt av bydel Ullern med 122,6 og bydel Sagene med 121,5. Handelsoverskuddet er beregnet til 639 millioner kroner i bydel Frogner, 451 millioner i bydel Sagene

og 356 millioner i bydel Ullern. Lavest dekningsgrad for mat- og drikkebutikkene hadde bydel Søndre Nordstrand med 57,4. Dette tilsvarte et handelsunderskudd for bydelen på 749 millioner kroner. Av handelsområdene var det i tillegg til Oslo Sentrum kun Oslo indre by ekskl Sentrum som hadde dekningsgrad over 100. Handelsoverskuddet for byområdet er beregnet til 600 millioner kroner.

Størst dekningsgrad for faghandelsbutikker hadde bydel Alna med 261,3. Dette tilsvarte et handelsoverskudd for bydelen på 3 813 millioner kroner. Bydelen Ullern hadde også svært høy dekningsgrad for omsetning gjennom bydelens faghandelsbutikker. Dekningsgraden på 250,2 tilsvarte et handelsoverskudd for faghandelen i bydelen på 2 510 millioner kroner. Laveste nivå for dekningsgraden for faghandelen hadde bydel Søndre Nordstrand med 20,1 og et beregnet handelsunderskudd på 1 489 millioner kroner. Byområdet Groruddalen hadde dekningsgraden 113,8 for faghandelen, noe som tilsvarte et handelsoverskudd på 966 millioner kroner. For Oslo Sentrum er handelsoverskuddet for faghandelsbutikkene beregnet til 6,6 milliarder kroner.

Beregninger av handelsbalansen for butikkhandelen i bydelene i 2022 sammenholdt med tilsvarende beregninger gjort ved utarbeidelse av bydelsanalysen for 2021, er vist i tabell 3.5.

Tabell 3.5: Endringer i handelsbalansen for butikkhandelen i bydelene i Oslo 2021 – 2022

Bydeler/Byområder	Endring i handelsbalansen (mill kr)		
	Mat og drikke	Faghandel	Butikk-handel
Gamle Oslo	21	-12	11
Grünerløkka	-107	9	-97
Sagene	-123	297	174
St.Hanshaugen	120	163	282
Frogner	191	261	451
Sum Indre by ekskl Sentrum	102	718	820
Ullern	-115	289	175
Vestre Aker	-131	-35	-164
Nordre Aker	-109	-43	-152
Sum Oslo Vest/Nord	-354	212	-142
Bjerke	-45	22	-23
Grorud	-40	-18	-58
Stovner	-78	-79	-158
Alna	-7	576	569
Sum Groruddalen	-171	500	329
Østensjø	-126	-77	-203
Nordstrand	-162	-3	-164
Søndre Nordstrand	-17	15	2
Sum Oslo Syd	-302	-64	-366
Sentrum	-267	524	257
Oslos bydeler totalt	-992	1 890	898

Beregningene av endringer i handelsbalansen vist i tabell 3.5, er basert på foreløpige omsetningstall fra SSB for 2022 og også foreløpige tall for 2021 slik de ble benyttet ved fjorårets beregninger av handelsbalansen.

Samlet for butikkhandelen ble handelsbalansen styrket i 2022 med 898 millioner kroner. Omsetningen i faghandelsbutikkene førte til et øket handelsoverskudd på 1 890 millioner kroner, mens svak omsetningsutvikling bidro til øket handelsunderskudd med 992 millioner kroner. Av

bydelene var det først og fremst bydelene i byområdet Indre by ekskl Sentrum som styrket handelsbalansen for butikkhandelen i tillegg til Oslo Sentrum og bydelene Alna og Ullern.

For mat- og drikkebutikkene var det svekket handelsbalanse i alle bydeler unntatt Frogner og St.Hanshaugen. Omsetningen i bydelenes faghandelsbutikker styrket handelsbalansen i Oslo Sentrum og bydelene i byområdet Indre by ekskl Sentrum, unntatt bydel Gamle Oslo. Videre ble handelsbalansen for faghandel styrket i bydelene Alna og Ullern, og med mindre forbedringer i bydelene Bjerke og Søndre Nordstrand. Østensjø og Stovner var de av bydelene som hadde størst nedgang i handelsbalansen for faghandelsbutikker.

3.3 En sammenligning av butikkomsetningen i bydelene i 2022 med 2019

Ut fra omsetningsstatistikken som dannet grunnlag for vår analyse av handelen i bydeler og byområder i Oslo i 2019 og statistikkene for bydelene slik de levert av SSB for 2022, har vi sammenlignet omsetningstall og beregnet prosentvis endring i omsetningen for Butikkhandelen i perioden 2019 – 2022. De tilgjengelige statistikker er ikke fullt ut sammenlignbare, men avvikene anses så små at vi mener beregningene vist i tabell 3.6 gir et riktig bilde av hvordan butikkomsetningen i bydelene har endret seg i koronaperioden. Ved vurderingen av prosentene for omsetningsendring kan det nevnes at de generelle prisstigning vist ved Konsumprisindeksen (KPI) var 10,8 prosent fra 2019 – 2022.

Tabell 3.6: Omsetningsendringer i prosent i bydelene og byområdene i perioden 2019 – 2022

Bydel	Mat og drikke	Faghandel	Butikkhandel
Gamle Oslo	18,8	37,8	23,7
Grünerløkka	16,5	38,4	22,5
Sagene	23,2	20,4	21,8
St.Hanshaugen	12,0	8,6	10,1
Frogner	16,3	20,5	18,7
Sum Indre by ekskl Sentrum	17,5	20,8	19,0
Ullern	8,4	39,0	27,8
Vestre Aker	18,6	37,2	24,3
Nordre Aker	7,0	47,8	23,8
Sum Oslo Vest/Nord	11,0	40,7	25,9
Bjerke	32,4	1,4	17,9
Grorud	8,1	17,0	10,5
Stovner	15,9	2,2	10,5
Alna	14,9	6,1	7,7
Sum Groruddalen	17,7	5,7	9,8
Østensjø	17,4	15,6	16,7
Nordstrand	9,8	19,0	13,0
Søndre Nordstrand	20,4	13,3	18,4
Sum Oslo Syd	14,9	16,6	15,5
Sentrum	4,9	-4,6	-2,7
Oslo totalt	14,7	13,5	14,0

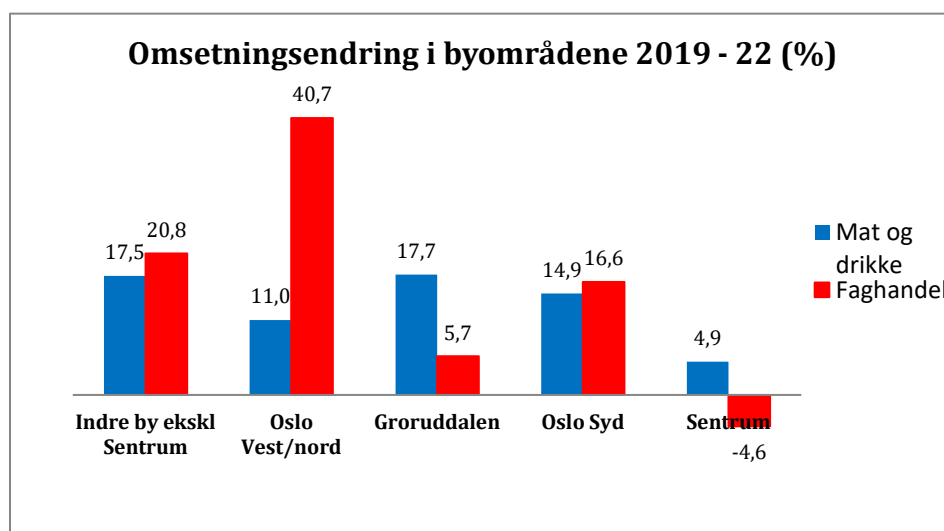
Tabell 3.6 viser at omsetningen for butikkene i Oslo definert som butikkhandel var 14,0 prosent større i 2022 enn i 2019 som var året før koronautbruddet. Mat- og drikkebutikkene hadde litt høyere omsetningsvekst i prosent enn faghandelsbutikkene.

Gjennomsnittet for endring i omsetningen i perioden 2019 – 2022, var 14,0 prosent for butikkene i Oslo som var definert som butikkhandel. For butikkene med omsetning av mat og drikke, øket omsetningen med 14,7 prosent, mens gjennomsnittet for faghandelsbutikkene var 13,7 prosent omsetningsvekst i perioden. Som tabell 3.6 viser, var det kun i området Oslo Sentrum at det var lavere omsetning for butikkhandelen i 2022 enn omsetningen i 2019 som var året før utbrudd av korona.

Nedgangen i butikkomsetningen i Oslo Sentrum, var for denne periode 2,7 prosent. I 2020 var det 21,5 prosent nedgang i butikkomsetningen i byområdet. Nedstengninger og restriksjoner for adgang til og bruk av butikk- og servicetilbudet i sentrale Oslo, førte til en butikkhandel på samme nivå i 2021 som i 2020. Selv en sterk prosentvis omsetningsvekst i 2022, var ikke nok til å kunne komme tilbake til et tidligere normalt nivå på butikkomsetningen.

Av bydelene var det Ullern som hadde størst omsetningsvekst målt i prosent i perioden 2019 – 2022 med 27,8 prosent. Bydel Vestre Aker med 24,3 prosent omsetningsvekst for butikkhandelen og bydel Nordre Aker med 23,8 prosent, førte til at Oslo Vest/Nord var det byområde i Oslo som hadde den klart beste omsetningsutvikling for butikkhandelen med 25,9 prosent. Av bydelene var det Alna som hadde svakest omsetningsvekst for butikkhandelen i perioden 2019 – 2022 med 7,7 prosent. Av byområdene, bortsett Oslo Sentrum, var det Groruddalen som hadde svakest omsetningsutvikling i perioden med 9,8 prosent økning av butikkhandelen.

Byområdet Oslo Sentrum hadde dårligste omsetningsutvikling målt i prosent i perioden 2019 – 2022, både for Mat- og drikkebutikker og for Faghandelsbutikker. Mat- og drikkebutikkene i Oslo Sentrum hadde 4,9 prosent omsetningsvekst mens Faghandelsbutikkene hadde 4,6 prosent nedgang i omsetningen. Av bydelene var det svakest vekst for Mat- og drikkebutikkene med 7,0 prosent i Nordre Aker og 8,1 prosent i Grorud. Størst vekst i omsetning hadde bydel Bjerke med 32,4 prosent fulgt av Sagene med 23,2 prosent. Faghandelsomsetningen i bydelene var svakest i Bjerke med en økning i perioden 2019 – 2022 på 1,4 prosent og i Stovner med 2,2 prosent. Størst omsetningsvekst for Faghandelen hadde bydel Nordre Aker med 47,8 prosent fulgt av bydel Ullern med 39,0 prosent. I perioden var det også svært god vekst for Faghandelen i bydelene Grünerløkka, Gamle Oslo og Vestre Aker.



Figur 11

Kilde: SSB/IBA

Figur 11 viser omsetningsendring i prosent i Oslos byområder i perioden 2019 – 2022 for Mat- og drikkebutikker og for Faghandelsbutikker. Omsetningsutviklingen i Oslo Sentrum var den klart dårligste i begge bransjegrupper. Omsetningen gjennom Mat- og drikkebutikker øket mest i byområdene Groruddalen og Indre by eksklusive Sentrum. Største ulikheter i omsetning i perioden

var det for butikkene definert som Faghandel. I byområdet Oslo Vest/nord var omsetningen 40,7 prosent høyere i 2022 enn i 2019, mens Oslo Sentrum hadde 4,6 prosent nedgang i omsetningen gjennom faghandelsbutikker i perioden.

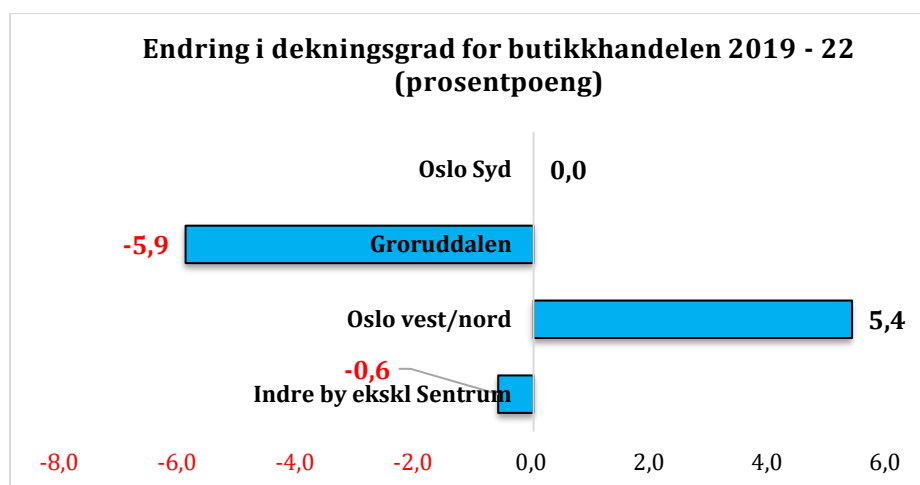
Tabell 3.7: Omsetningsendringer i perioden 2019 – 2022 – Annen inndeling av Oslo

Byområde	Mat og drikke	Faghandel	Butikkhandel
Indre by	15,6	9,4	12,0
Ytre by	14,4	18,7	16,7
Oslos bydeler totalt	14,7	13,5	14,0
Sentrum	4,9	-4,6	-2,7
Oslo ekskl Sentrum	15,5	19,3	17,4

Oslo inndelt i Indre og Ytre by viser god omsetningsvekst for butikkhandelen og sterkest vekst for butikkene i Ytre by. Forskjellen i veksttakt var først og fremst for butikker innen faghandel hvor prosentveksten i Ytre by var nær det doble av veksttallet for Indre by. Denne store forskjell i omsetningsutvikling for faghandelen er først og fremst et resultat av store endringer i omsetningen spesielt i 2020 hvor butikkene i Indre by hadde 8,0 prosent nedgang i omsetningen, mens det var 10,7 prosent omsetningsvekst for faghandelen i Oslo Ytre by.

I tabellens nedre del er vist omsetningsutviklingen for butikkhandelen i Oslo Sentrum i perioden 2019 – 2022 sammenlignet med omsetningsutviklingen for butikkhandelen ellers i Oslo. Forskjellen i omsetningsutvikling er størst for butikker innen faghandel hvor butikkene lokalisert i Oslo Sentrum og hadde 350 millioner i mindre omsetning i 2022 enn i 2019, mens faghandelsbutikkene utenfor byområdet Oslo Sentrum hadde 19,3 prosent større omsetning i 2022 enn i 2019, noe som tilsvarte en økning på 4,6 milliarder kroner.

Ved beregninger av dekningsgrad får man fram tallstørrelser for gjennomsnittlig omsetning pr innbygger gjennom butikker i et geografisk område. Sammenlignet med en normstørrelse, for eksempel gjennomsnittlig omsetning pr innbygger i Norge, fremkommer målstørrelser som kan gi et bilde av konkurransestyrken til de butikker/bransjer som analyseres.



Figur 12

Kilde: SSB/IBA

Figur 12 viser beregninger av endringer i målstørrelsen dekningsgrad i perioden 2019 – 2022 for butikkhandelen i byområder i Oslo. Dekningsgraden for butikkene definert som butikkhandel i byområdet Oslo Syd var som vist i tabell 3.4, 53,1. Dette var samme nivå som beregnet for butikkhandelen i byområdet i vår analyse av Oslohandelen 2019. I figuren er dette vist som 0 i endring for byområdet Oslo Syd i perioden 2019 – 2022.

Beregninger ut fra butikkomsetningen i byområdet Oslo Vest/nord viste en dekningsgrad på 90,6 i 2022. Dette var en økning på 5,4 prosentpoeng fra 2019, noe som fortalte om en stor styrking av konkurransekraften for byområdets butikkhandel. I byområdet Groruddalen ble dekningsgraden for butikkhandelen beregnet til 94,4, noe som var en nedgang fra 2019 for denne størrelsen på 5,9 prosentpoeng. For bransjeområdet faghandel var nedgangen i dekningsgraden i byområdet Groruddalen, hele 15,2 prosentpoeng fra 2019 til 2022, noe som forteller om en betydelig svekket konkurransekraft.

Byområdet Indre by eksklusive Sentrum hadde i 2022 en dekningsgrad for butikkhandelen som var 96,7. Dette var en dekningsgrad som var 0,6 prosentpoeng lavere enn i 2019. Figur 12 viser ikke endringer i dekningsgraden for Oslo Sentrum. På grunn av et svært lavt innbyggertall i byområdet, blir størrelsen dekningsgrad noe intetsigende. En beregning av dekningsgraden for Oslo Indre by som er basert på omsetningstall og innbyggertall samlet for byområdet Indre by ekskl Sentrum og byområdet Oslo Sentrum, viste en dekningsgrad på for butikkhandelen 133,4. Dette var en nedgang i dekningsgraden på 9,5 prosentpoeng.

Vedlegg til analysen av handelen i Oslo 2022

Omsetning og omsetningsutvikling for salgskanaler i detaljhandelen i Oslo (Kilde: SSB/IBA)

Salgskanaler	Omsetning (millioner kr)		Endring i prosent	
	2019	2022	Oslo	Endr Norge
Dagligvarebutikker	20 335	22 960	12,9	14,1
Kiosker inkl andel bensinstasjoner	1 815	1 886	3,9	-6,3
Spesialforretninger mat og drikke	1 387	1 479	6,6	13,7
Vinmonopolet	2 310	3 029	31,1	14,5
Sum mat og drikke	25 847	29 354	13,6	12,7
Klesbutikker	5 934	6 578	10,9	4,0
Skobutikker	665	711	6,9	-0,1
Veskebutikker	478	464	-2,9	-13,9
Helsekostbutikker	193	205	6,2	11,2
Parfymierier	1 023	1 273	24,4	46,0
Apotek	3 102	3 306	6,6	21,2
Gullsmeder og urmakere	808	995	23,1	17,9
Optikere	625	787	25,9	30,5
Musikkinstrumentbutikker	147	190	29,3	13,1
Bok- og papirhandlere	821	878	6,9	13,0
Multimediabutikker	86	67	-22,1	-42,2
Leketøybutikker	243	246	1,2	16,7
Sportsbutikker	2 164	2 221	2,6	10,2
Dyrebutikker	204	385	88,7	57,4
Fotobutikker	525	648	23,4	17,5
Møbel- og interiørbutikker	4 939	5 148	4,2	13,5
Hjemmetekstilbutikker	656	872	32,9	16,6
Kjøkkenutstysbutikker	321	290	-9,7	5,1
Belysningsbutikker	317	296	-6,6	19,1
Telebutikker	303	461	52,1	8,9
Elektrobutikker	2 571	2 990	16,3	17,7
Farvehandlere	284	306	7,7	9,8
Byggevarebutikker	2 249	2 992	33,0	37,2
Blomsterbutikker	760	953	25,4	16,7
Multivarebutikker	2 450	2 630	7,3	26,5
Sum faghandel	31 869	35 892	12,6	19,4
Sum butikkhandel	57 716	65 246	13,0	16,1
Bilrekvisitabutikker	912	1 073	17,7	35,8
Bensinstasjoner unntatt mat/drikke	2 654	3 235	21,9	34,0
Motorkjøretøyforhandlere	19 471	24 628	26,5	52,3
Fritidsbåtforhandlere	217	254	17,1	15,0
Sum bil- og båthandel	23 253	29 191	25,5	46,4
Netthandel	9 457	16 540	74,9	71,1
Sum torg- og distansehandel	9 911	17 059	72,1	68,7
Sum detaljhandel	90 909	111 496	22,6	27,2