

# KJØPESENTERINDEKS

NOVEMBER - 2016



- ▶ Snø og kulde i første del av november, Black Friday og en ekstra handledag ga 7 prosent vekst i november.
- ▶ Omsetningen Black Friday var 2,5 ganger høyere enn gjennomsnittlig dagsomsetning i resten av november.
- ▶ Omsetningen i butikkene innen hus og hjem og i spesialbutikkene økte med over 9 prosent.
- ▶ Kjøpesentrene har økt omsetningen med 3,1 prosent når en måned av 2016 gjenstår.

## 7 PROSENT VEKST

En ekstra handledag bidro til at kjøpesentrene som inngår i kjøpesenterindeksen økte omsetningen med 7 prosent til 14 095 millioner kroner i november i år. Korrigert for pågående og ferdigstilte prosjekter var veksten på 6,1 prosent. Korrigeres det også for handledager var det en vekst på 2,2 prosent i årets nest siste måned.

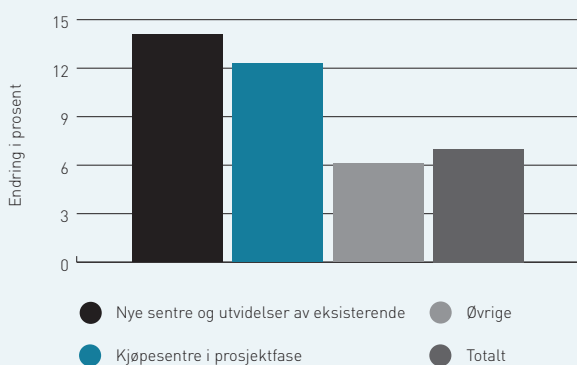
Kjøpesenteromsetningen per handledag i november var 16,2 prosent høyere enn i oktober. I fjor var veksten på 14,8 prosent når det korrigeres for handledager. I 2014 økte omsetningen per handledag fra oktober til november med 13,8 prosent, mens veksten i 2013 og 2012 var på 16,5 og 14 prosent.

Nyetablerte kjøpesentre og kjøpesentre som er inne i sine to første driftsår etter nyåpning eller reåpning etter utvidelse økte omsetningen med 14,1 prosent i november. I kjøpesentrene som er i en prosjektfase gikk omsetningen opp med 12,3 prosent, mens omsetningen i de øvrige sentrene økte med 6,1 prosent.

## 2.3 PROSENT VEKST SISTE 3 MÅNEDER

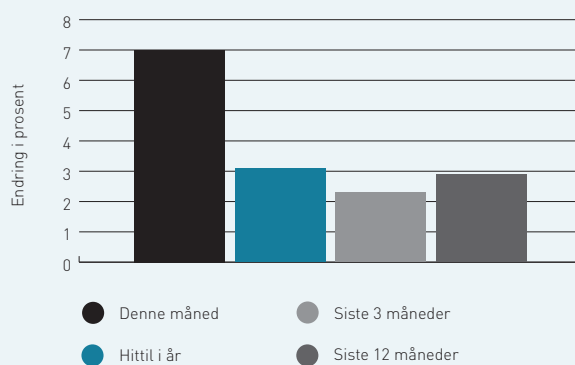
Veksttakten i kjøpesentrene i de siste tre månedene har vært på 2,3 prosent. De siste 12 månedene har omsetningen økt med 2,9 prosent.

### OMSETNINGSENDRING FRA NOVEMBER 2015



Kilde: Kvarud Analyse

### OMSETNINGSENTVIKLING I KJØPESENTERE. UJUSTERT



Kilde: Kvarud Analyse

## 10,6 PROSENT VEKST BLACK FRIDAY

Omsetningen Black Friday økte med 10,6 prosent sammenlignet med Black Friday i fjor. Totalt sto omsetningen Black Friday for 9,2 prosent av samlet omsetning i november. Omsetningen Black Friday var 2,5 ganger så høy som gjennomsnittsomsetningen i de øvrige 25 dagene i november. I 2015 var omsetningen Black Friday 2,35 ganger så høy som gjennomsnittet i de øvrige dagene i november.

## TOSIFRET VEKST I SØR OG I NORD.

Utbygginger og åpning av nye kjøpesentre sørget for at omsetningen i kjøpesentrene på Sørlandet og i Nord-Norge økte med 12,1 og 10,3 prosent i november. På Sørlandet var veksten størst i Vest-Agder med 13,6 prosent, mens kjøpesentrene i nabofylket Aust-Agder økte omsetningen med 8,2 prosent. I Nord-Norge var det kjøpesentrene i Finnmark som økte omsetningen mest med 15,1 prosent. Også i Nordland (13,6 %) var det tosifret vekst, mens omsetningen i Troms økte med 5 prosent. Vekstakten i Troms trekkes ned ved at Amfi Kanebogen er under utbygging.

## 6,5 PROSENT I DE TRE ØVRIGE LANDSDELER

I de tre øvrige landsdelene økte omsetningen i kjøpesentrene med om lag 6,5 prosent i november. Kjøpesentrene på Østlandet økte omsetningen med 6,5 prosent. Størst vekst på Østlandet var det i Buskerud og Østfold der kjøpesentrene økte omsetningen med 8,2 og 7,5 prosent. Omsetningen i Oslo gikk opp med 6,9 prosent, mens

kjøpesentrene i Akershus og Oppland omsatte for 6,7 prosent mer enn i november i fjor. I Hedmark økte kjøpesentrene omsetningen med 6,1 prosent, mens veksten i Vestfold og Telemark var på 4,6 og 0,3 prosent.

Også i Trøndelag økte kjøpesentrene omsetningen med 6,5 prosent, mens veksten på Vestlandet var på 6,4 prosent. I Trøndelag økte sentrene i Nord-Trøndelag omsetningen med 8,8 prosent, mens veksten i Sør-Trøndelag var på 5,5 prosent. På Vestlandet bidro bla. nyåpning etter utbygging til at omsetningen i Sogn og Fjordane økte med hele 17,1 prosent i november. Omsetningen i Hordaland gikk opp med 6,7 prosent fra november i fjor, mens kjøpesentrene i Rogaland og Møre og Romsdal omsatte for 5,5 og 5,2 prosent mer enn i november i fjor.

## 131,4 MILLIARDER HITIL I ÅR

Når en måned av 2016 gjenstår har kjøpesentrene som inngår i kjøpesenterindeksen økt omsetningen med 3,1 prosent til 131,4 milliarder kroner inkl. mva. Korrigert for utbygginger og handledager er veksten 2,6 prosent. Korrigeres det også for handledager er veksten på 2,3 prosent.

## STØRST VEKST I NORDLAND

Ved utgangen av november har kjøpesentrene i Nordland økt omsetningen med 11,3 prosent som følge av utvidelser og åpning

### KJØPESENTERINDEKS NOVEMBER 2016

	Endr. i forhold til november 2015		
	Totalt	Justert for	
		Areal- endringer	Handledgr. og areal- endringer
Østfold	7,5%	8,9%	4,7%
Akershus	6,7%	6,7%	2,8%
Oslo	6,9%	6,2%	2,3%
Hedmark/Oppland	6,4%	6,2%	2,1%
Buskerud/Vestfold	7,7%	4,9%	1,1%
Telemark/Agder	6,8%	6,8%	2,9%
Rogaland	5,5%	5,6%	1,8%
Hordaland	6,7%	4,8%	1,2%
Sogn og Fjordane / Møre og Romsdal	7,2%	3,2%	-0,8%
Trøndelag	6,5%	6,1%	2,0%
Nord-Norge	10,3%	8,0%	4,0%
Bysentre	7,5%	6,5%	2,7%
Bydel- og lokalsentre	6,7%	6,3%	2,3%
Regionsentre	6,8%	5,7%	1,6%
<b>ALLE</b>	<b>7,0%</b>	<b>6,1%</b>	<b>2,2%</b>

Kilde: Kvarud Analyse

### KJØPESENTERINDEKS JANUAR - NOVEMBER 2016

	Endr. i forhold til jan-nov 2015		
	Totalt	Justert for	
		Areal- endringer	Handledgr. og areal- endringer
Østfold	5,0%	5,3%	4,9%
Akershus	3,9%	3,8%	3,5%
Oslo	3,1%	3,8%	3,4%
Hedmark/Oppland	3,2%	3,1%	2,7%
Buskerud/Vestfold	2,7%	2,8%	2,4%
Telemark/Agder	2,0%	1,6%	1,5%
Rogaland	0,0%	-0,6%	-1,0%
Hordaland	2,3%	1,2%	0,9%
Sogn og Fjordane / Møre og Romsdal	1,7%	0,3%	-0,1%
Trøndelag	4,0%	3,6%	3,3%
Nord-Norge	6,7%	2,9%	2,5%
Bysentre	3,6%	2,3%	1,9%
Bydel- og lokalsentre	3,8%	3,8%	3,4%
Regionsentre	2,2%	2,0%	1,6%
<b>ALLE</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,6%</b>	<b>2,3%</b>

Kilde: Kvarud Analyse

av nytt kjøpesenter. Kjøpesentrene i Vest-Agder har hittil i år økt omsetningen med 7,4 prosent, mens kjøpesentrene i Nord-Trøndelag og Østfold har hatt en vekst på 5,1 og 5 prosent. I Sogn og Fjordane (4,3%) og Finnmark (4%) har veksten vært på vel 4 prosent. Også i Akershus (3,9%), Buskerud (3,6%), Møre og Romsdal (3,6%), Hedmark (3,2%), Oppland (3,2%) og Oslo (3,1%) har veksten hittil i år vært den samme eller høyere enn veksten på landsbasis. Omsetningen i Hordaland har økt med 2,3 prosent og i Aust-Agder, Troms og Møre og Romsdal med 1,9, 1,5 og 1,1 prosent. I Vestfold har kjøpesentrene omsatt for 0,8 prosent mer enn i de elleve første månedene i fjor. Kjøpesentrene i Rogaland har omsatt for det samme som i januar – november i fjor, mens omsetningen i Telemark har falt med 2,7 prosent hittil i år.

### STØRST FREMGANG FOR BUTIKKER INNEN HUS OG HJEM OG SPESIALBUTIKKER

Størst vekst av butikkbransjene i november var det i butikkene innen hus og hjem der omsetningen var 9,2 prosent høyere i november i år enn i november i fjor. I spesialbutikkene økte omsetningen med 9,1 prosent, mens salget i kles-, sko- og veskebutikkene økte med 6,8 prosent. Snø og kulde i uke 45 og Black Friday i uke 47 har sammen med åpning av nye butikker og en ekstra handledag trukket opp veksten i disse bransjene. Omsetningen i butikkene innen mat og drikke gikk opp med 5,6 prosent i november, mens serveringsstedene økte omsetningen med 4,6 prosent. Virksomhetene innen service og tjenesteyting hadde en tilbakegang på 0,1 prosent.

I årets elleve første måneder har veksten vært størst i kjøpesentrenes spesialbutikker og serveringssteder med 5,7 og 5,4 prosent. Butikkene innen hus og hjem og mat og drikke har økt omsetningen med 3,6 og 2,7 prosent, mens kjøpesentrenes kles-, sko- og veskebutikkene bare har hatt en vekst på 0,2 prosent. Innen service og tjenesteyting har omsetningen hittil i år gått ned med 1,7 prosent.

### NESTEN EN FEMTEDEL TIL HUS OG HJEM

Butikkene innen hus og hjem sto for 19,4 prosent av sentrenes totale omsetning i november. I oktober i år var andelen på 16,6 prosent. Den betydelige økningen fra oktober til november skyldes dels Black Friday, dels at mange har startet opp juleforberedelsene ved å handle inn varer som gjør det julefint både inne og ute. Butikkene innen hus og hjem har aldri tatt så mye av novemberhandelen i kjøpesentrene som i år. Det samme gjelder spesialbutikkene. Med 23,9 prosent er andelen i november også her rekordhøy for årets nest siste måned.

I perioden januar - november sto butikkene innen mat og drikke for 29,3 prosent av kjøpesentrenes totale omsetning. Spesialbutikkens andel utgjorde 23,5 prosent av den totale kjøpesenteromsetningen, mens kles-, sko- og veskebutikkens sto for 20,2 prosent. Butikkene innen hus og hjem sto for 15,8 prosent, mens omsetningen i serveringsstedene og innen service og tjenesteyting utgjorde 6,3 og 3,3 prosent av kjøpesentrenes totale omsetning.

### KJØPESENTERINDEKS FOR NOVEMBER 2016 OMSETNINGSEMDRINGER PER BRANSJE

Bransje	Totalt	Justert for arealendringer
Mat og drikke	5,6%	4,9%
Klær, sko, reiseeffekter	6,8%	6,4%
Spesialbutikker	9,1%	7,8%
Hus og hjem	9,2%	7,3%
Service og tjenesteyting	-0,1%	0,8%
Servering	4,6%	3,9%
Annen detaljhandel	-2,8%	-4,0%
Annen virksomhet	4,6%	2,4%
<b>ALLE BRANSJER</b>	<b>7,0%</b>	<b>6,1%</b>

Kilde: Kvarud Analyse

### BRANSJEFORDELING - KJØPESENTRER

	Andel totalomsetning	
	November 2016	November 2015
Mat og drikke	26,6	26,9
Klær, sko, reiseeffekter	20,4	20,5
Spesialbutikker	23,9	23,5
Hus og hjem	19,4	19,0
Service og tjenesteyting	2,7	2,9
Servering	5,5	5,6
Annen detaljhandel	0,8	0,9
Annen virksomhet	0,7	0,7

Kilde: Kvarud Analyse

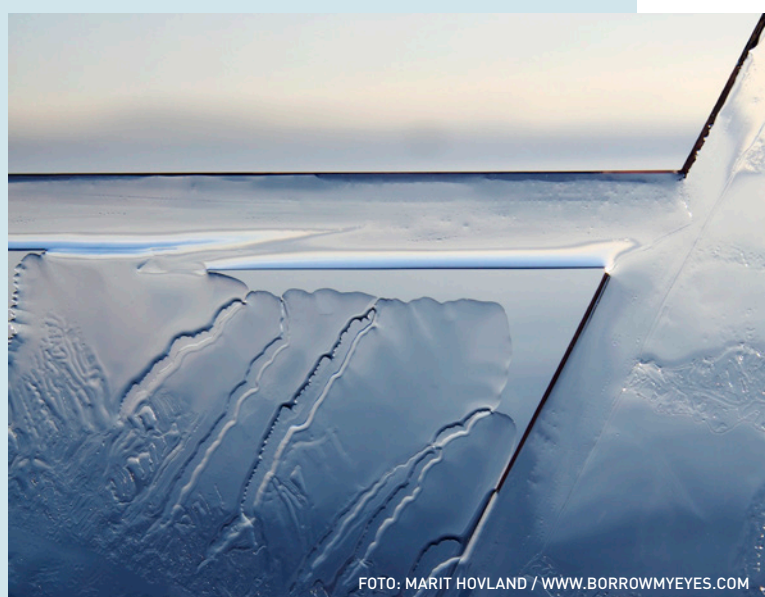


FOTO: MARIT HOVLAND / WWW.BORROWMYEYES.COM



## DETALJHANDEL OKTOBER 2016

- ▶ **Færre handledager ga salgsnedgang på 0,3 prosent i oktober.**
- ▶ **Netthandelen økte omsetningen med over 19 prosent, mens sportsbutikkene var best av de øvrige bransjene med 5 prosent vekst.**
- ▶ **Også i kosmetikkbutikkene, lavprisbutikkene med bredt vareutvalg og apotekene var det en positiv utvikling, mens omsetningen gikk ned i de øvrige bransjene.**
- ▶ **Omsetningen har hittil i år økt med 3,2 prosent.**

Mens omsetningen i kjøpesentrene gikk ned med 1,7 prosent i oktober, gikk omsetningen i detaljhandelen unntatt salg av motorvogner og salg på bensinstasjoner i samme måned ned med 0,3 prosent. Utviklingen i kjøpesentrene er svakere enn i detaljhandelen generelt innen alle de fire store butikkhandelsbransjene. I tillegg trekkes vekstakten i detaljhandelen generelt opp av kraftig vekst i netthandelen i oktober. Omsetningsutviklingen i oktober preges av at det var en handledag mindre i denne måneden i år enn i fjor.

### KRAFTIG VEKST I NETTHANDELEN

Netthandelen skilte seg kraftig ut i oktober med en vekst på hele 19,3 prosent ifølge Statistisk sentralbyrås detaljomsetningsindeks. Størst vekst av butikkbransjene hadde sportsbutikkene som i oktober i år omsatte for 5 prosent mer enn i oktober i fjor. I butikkhandelen med kosmetikk økte omsetningen med 4,5 prosent, mens lavprisbutikkene med bredt vareutvalg hadde en vekst på 1,2 prosent. Apotekene, med 0,5 prosent vekst, var den siste av bransjene som økte omsetningen fra oktober i fjor til oktober i år.

I klesbutikkene gikk omsetningen i oktober ned med 0,6 prosent, mens nedgangen i tekstil- og utstyrsbutikkene var på 0,7 prosent. I dagligvare- og kioshandelen falt omsetningen med 1,6 prosent fra oktober i fjor til oktober i år, mens nedgangen i elektrobutikkene og byggevarehusene var på 2,6 og 2,8 prosent. Møbelbutikkene omsatte for 3 prosent mindre enn i oktober i fjor, mens nedgangen i blomsterbutikkene/hagesentrene og skobutikkene var på 3,2 og 5,2 prosent. I butikkhandelen med vin og brennevin gikk omsetningen ned med 6,2 prosent som følge av færre salgsdager, hamstring i september og økt grensehandel i forbindelse med høstferien. I bokhandelen og gullsmedbutikkene gikk omsetningen i oktober ned med 6,9 og 12,5 prosent.



FOTO: MARIT HOVLAND / WWW.BORROWMYEYES.COM

### 3,1 PROSENT SISTE TRE MÅNEDER

Omsetningen i detaljhandelen unntatt salg av motorvogner og salg på bensinstasjoner har de siste tre månedene (august – oktober) økt med 3,1 prosent. Kjøpesentrene økte omsetningen i samme periode med 2,2 prosent. Nærmere 20 prosent vekst i oktober bidro til at veksten i nettbutikkene økte med 13,2 prosent i denne tremånedersperioden. Kosmetikkbutikkene økte omsetningen med 8,7 prosent, mens veksten i sportsbutikkene og apotekene var henholdsvis 7 og 6,1 prosent. I lavpriskonseptene med bredt vareutvalg og i elektrobutikkene har veksten de siste tre månedene vært på 5,6 og 4,5 prosent og i tekstil- og utstyrsbutikkene og klesbutikkene økte omsetningen med 3,5 og 3,1 prosent. I dagligvare- og kioskhandelen og i butikkhandelen med vin og brennevin var veksten i perioden august – oktober på 1,9 og 1,8 prosent, mens møbelbutikkene økte omsetningen med 1,6 prosent i samme periode. Detaljomsetningsindeksen viser at omsetningen i byggevarehus og blomsterbutikker/hagesentre gikk ned med 0,7 og 1 prosent de tre siste månedene.

Både i bokhandelen og skobutikkene falt omsetningen i denne perioden med 4,1 prosent, mens gullsmedbutikkene hadde en nedgang på 5,9 prosent.

### 3,2 PROSENT ETTER TI MÅNEDER

Når to måneder av 2016 gjenstår har omsetningen i detaljhandelen unntatt salg av motorvogner og salg på bensinstasjoner økt med 3,2 prosent, 0,6 prosentpoeng mer enn veksten i kjøpesentrene. Størst vekst hittil i år har det vært i nettbutikker og kosmetikkbutikker med 10,7 og 8,3 prosent. Også i apotekene, sportsbutikkene, lavprisbutikkene med bredt vareutvalg, klesbutikkene og vinmonopolutsalgene/taxfreesalget har veksten vært større enn i detaljhandelen generelt.

DETALJHANDELEN 2016		
Butikkhandel med:	Endring i prosent i forhold til samme periode i 2015	
	Oktober	Jan-okt
Dagligvare- og kioskvarer	-1,6	3,1
Bredt vareutvalg ellers	1,2	4,2
Vin og brennevin	-6,2	3,3
Kosmetikk	4,5	8,3
Tekstiler og utstyrsvarer	-0,7	1,8
Klær	-0,6	3,5
Skotøy	-5,2	-2,2
Sportsutstyr	5,0	6,0
Møbler	-3,0	-2,5
Elektriske husholdningsapparater	-2,6	2,1
Byggevarer	-2,8	-1,0
Bøker	-6,9	-3,4
Blomster og planter	-3,2	-0,7
Apotekvarer	0,5	7,1
Gull- og sølvvarer	-12,5	-3,9
Postordrehandel og handel via Internett	19,3	10,7
<b>Detaljhandel i alt<sup>1</sup></b>	<b>-0,3</b>	<b>3,2</b>
<b>Kjøpesentre</b>	<b>-1,7</b>	<b>2,6</b>

<sup>1</sup> Detaljhandel ekskl. salg av motorvogner og salg på bensinstasjoner

Kilde: SSB/Kvarud Analyse

Oslo 12. desember 2016  
Tore Kvarud  
*Kvarud Analyse*

#### Copyright © Kvarud Analyse, 2016

Denne publikasjonen er vernet i henhold til Åndsverkloven av 1961. Publisering av rapporten er derfor bare tillatt etter avtale med utgiver.

#### KVARUD ANALYSE

ADRESSE: Søndre Rød 8c, 0752 OSLO

TELEFON: 90 86 81 68

E-MAIL: [tore.kvarud@gmail.com](mailto:tore.kvarud@gmail.com)