



HANDELSKAMMAREN  
VÄRMLAND

RAPPORT 2023-02-09

# Så mår de konsumentnära företagen i Värmland

Hushållens balansräkning slår hårt mot vissa branscher och de konsumentnära företagen i Värmland är redan påverkade. I rapporten fokuserar vi på läget hos just de konsumentnära företagen.

## **Innehåll**

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Rapporten i stora drag</b>                        | <b>3</b>  |
| <b>Ett januari över förväntan</b>                    | <b>5</b>  |
| <b>Sena bokningar och beslut försvårar planering</b> | <b>6</b>  |
| <b>Försiktigheten är påtaglig</b>                    | <b>7</b>  |
| <b>Stoppad nyproduktion påverkar i många led</b>     | <b>8</b>  |
| <b>”Kundkorgen” ser annorlunda ut</b>                | <b>9</b>  |
| <b>Underhåll och service går bra</b>                 | <b>10</b> |
| <b>Tydlig påverkan av minskad köpkraft</b>           | <b>10</b> |

## Rapporten i stora drag

Den 9 februari höjde Riksbanken styrräntan med 0,5 procentenheter till 3,0 procent och meddelade att styrräntan sannolikt kommer att höjas ytterligare under våren. Hushållens balansräkning slår hårt mot vissa branscher och de konsumentnära företagen i Värmland är redan påverkade. Det pratas om multilojala kunder i jakt på det bästa priset och beslutet att boka en resa eller gå på konsert får avvakta till dess att alla räkningar är betalda.

Konsumenter är ingen homogen grupp och läget beskrivs, som så ofta, därför på olika sätt. Vissa är mer priskänsliga än andra och hur läget är för företag inom branschen är ofta beroende av vilket segment inom gruppen man riktar sig till. I rapporten fokuserar vi på läget hos just de konsumentnära företagen. Vi har under de senaste veckorna pratat med 138 värmländska företag.

Inte helt överraskande så är de konsumentnära företagen märkbart påverkade av det ekonomiska läget. Försiktigheten är påtaglig och inom vissa segment ser man en tydligt minskad köpkraft. Och en bostadsmarknad i

gungning påverkar i många led. Men samtidigt pratas det om ett januari över förväntan och där ett ökat fokus på service och underhåll har hjälpt många av de företagen som drabbats av minskad nykundsförsäljning.

Redan i slutet av 2022 kunde vi konstatera att de företag som framför allt kände igen sig i rapporteringen om stundande, eller pågående, lågkonjunktur var de som i huvudsak är exponerade mot konsumenter. Hos dessa uttrycktes också en oro kring hur början av det nya året 2023 skulle komma att bli. Den höjda räntan, den ökade inflationen och osäkerheten kring framtida elstöd väckte massor av frågetecken kring det som komma skulle.

”Generellt är känslan att de konsumentnära företagen trodde januari skulle bli sämre än vad den blivit. Vad är det nya normala? Man har svårt att jämföra med Q1 2022 och Q1 2021 då första delen av dessa år påverkades mycket negativt av pandemi och restriktioner.”

Karolina Nilsson, Vice vd Handelskammaren Värmland



”Med tanke på att januari alltid är årets fattigaste  
månad är jag förvånad över att det gått så bra.”



# Ett januari över förväntan

”Med tanke på att januari alltid är årets fattigaste månad är jag förvånad över att det gått så bra.” Januari är för många av de konsumentnära bolagen en vanligtvis lugn period, en månad där många konsumenter har lite pengar i plånboken.

Därför menar flera att läget är svårbedömt och jämförelsen mot tidigare januarimånader blir än svårare om man adderar det faktum att Q1 2022, likväl som Q1 2021, påverkades mycket negativt av pandemi och restriktioner.

**”Finns ju nån´ teori om att man ändå prioriterar roliga saker när det går tufft - kanske finns en sanning i det?”** Flera är trots allt dom som säger att läget är bättre än förväntat och här ryms bland annat röster från caféer, restauranger, hotell, kulturarrangörer och bilhandeln.

**”Smör har gått från 60 kr/kg för ett år sedan till 115 kr/kg idag.”** Många säger att de inte kan få ut prishöjningar på råvaror mot kund. Men för att fortsatt ha kunden kvar har man valt att inte prishöja mer än

nödvändigt vilket såklart inneburit betydligt minskad marginal men ändå gjort att affärerna tuffat på. Flera ser också kunder med förståelse för prishöjningar eftersom det finns en stor medvetenhet om, och en egen upplevelse av, den höga inflation som råder och vilka varor som prismässigt stuckit iväg.

Tidigare nämnda bilhandel uppger att det är fortsatt lugnt på nybilsförsäljningen men att det dock ser bättre ut än i höstas. Och trots det höga ränteläget går begagnatmarknaden fortsatt bra och här är dessutom tillgången bättre än tidigare.

Flera träningsanläggningar säger att man fortsatt följer tidigare års mönster med januari som en besöksmässigt stark månad.



”Finns ju nån´ teori om att man ändå prioriterar roliga saker när det går tufft - kanske finns en sanning i det?”



## Sena bokningar och beslut försvårar planering

”Januari har börjat med mycket avbokningar, mycket mer än vanligt.”

Företag med tjänster eller produkter som behöver förbokas lägger mycket tid på hantering av olika frågor kring avbokningar och villkor för domsamma. Någon menar att kunder och gäster vande sig vid generösa avbokningsvillkor under pandemin. Det skapar utmaningar nu när läget är ett annat.

Hos privatkonsumenter verkar besluten om att gå på teater, boka weekendresor eller klippa håret skjutas på framtiden i så stor utsträckning det bara går. Från dessa branscher görs bedömningen att konsumenten har svårt att veta, och förutspå, vilket ekonomiskt läge man har vid det givna tillfället. Här nämner man att trenden med allt senare bokningar gör verksamheterna svårplanerade. Att det får konsekvenser vad gäller exempelvis bemanning. Resor och evenemang kan också tvingas att ställas in även om publik – eller gästunderlaget kanske faktiskt finns.

”Sen den senaste elräkningen kom har det bokat jättebra, kanske för att man vet vad man har kvar att röra sig med, kanske på grund av att man får elprisstödet?”

Glädjande hör vi också om aktörer som inte upplever detta beteende utan ser sin biljettförsäljning följa samma mönster som tidigare och som därför kan planera mer långsiktigt.



## Försiktigheten är påtaglig

Såväl fastighetsmäklare som banker ser en påtagligt ökad försiktighet hos privatkunder. De sistnämnda får färre bolånefrågor och de förstnämnda upplever säljare som sitter lugnt i båten och potentiella köpare som nu i stället håller i pengarna.

”Det är bekymmersamt att köpare och säljare inte möts på marknaden.” Köparna räknar med bra priser men många av säljarna tror fortfarande på priser likt de som varit senaste åren. Sammantaget gör detta att affärerna inte rullar igång. Det pratas om en mer generell osäkerhet även om några ser att utbudet av bostadsobjekt börjar öka på igen sen slutet av 2022. Något vissa tolkar som ett uttryck för att ”man inte kan vänta mer”. Samma tendens nämner också någon bank som ser en svag ökning av låneförfrågningar. Mäklare uppger också en förändrad målgrupp vad gäller nyproduktion och dyrare villor och menar att målgruppen **”tajtats till”** mot ett smalare segment bland köparna.

Vissa har ännu inte sett det men tror att det kan komma att ske under våren. För andra fastighetsägare är det redan ett faktum – att boende sålt sina lägenheter och flyttat för att man de facto inte har råd att bo kvar. Att de snabba svängningarna i marknadsläge och räntenivåer gör att människor inte riktigt hänger med och därmed får svårt att överblicka vad läget innebär för månads-kostnaderna. Någon bank nämner också att det görs fler avslag på fler krediter. Man säger också att det är svårare att ta sig in på boendemarknaden nu på grund av att boendekalkylen inte går ihop. Ett något ökat antal skuldsaneringar hos privatpersoner nämns också.

Banker märker också att färre, som egentligen har utrymmet, lånar upp på sina hus för att renovera. Denna bild förstärks av röster från bygghandeln som vittnar om att man sedan sex månader märker av en passivitet och pausade projekt. Till skillnad mot många andra konsumentnära bolag är januari och februari två månader som i vanliga fall är en tid på året då projekt hemma dras i gång. En tid då branschen normalt sett ska ha högtryck på privatsidan. En järnvaruhandel uppger att de aldrig någonsin varit med om en liknade dipp på privatsidan.

**”När det varit lågkonjunktur brukar jag kika på blocket.se. När det inte finns begagnade kök att köpa så kan vi misstänka att många avvaktar nyinvesteringar.”** Även från andra delar av byggbranschen ser man att privatpersoner väljer att avvakta start av renoveringar eller väljer andra billigare lösningar än att anlita bolag.

**”Vi har inte förändrat något bland medarbetarna men däremot tänker vi till en och två gånger innan vi rekryterar.”** Avvakten och ökad försiktighet tar sig även uttryck genom att några uppger att man valt att avvakta redan planerade rekryteringar, inte tagit in vikarier och/eller valt att avstå att ersätta pensionsavgångar.



## Stoppad nyproduktion påverkar i många led

Den minskade benägenheten att köpa villor och bostadsrätter bidrar såklart också till att byggbranschen drabbas och även att byggen inte blir av. De bolag som redan är i gång med nyproduktion ser sig ha dyrare projekt med lägre marginaler som också slår igenom på resultatet.

Någon har lagt projekt i malpåse på grund av att man inte fått till det antalet sålda lägenheter som krävdes för att trycka på knappen. Som den stora diversifierade bransch som byggsektorn är får avmattningen påverkan på många olika sätt. Även underleverantörer till byggbolag eller mäklare märker av en tydlig minskning av såväl nybyggnationer som villaförsäljningar där exempelvis behovet av antalet överlåtelsebesiktningar eller energiberäkningar för att få startbesked för byggen "sjunkit som en sten". Även mark – och anläggningsbranschen påverkas av minskad nyproduktion då de tidigare exempelvis gjort mycket husgrunder.

Vissa bostadsrätter omvandlas till hyresrätter och flera nämner att man hoppas på, och tror, att ett återinförande av investeringsstöd för hyresbostäder kommer att ske. Något man också tror att många fastighetsbolag inväntar. Ett ökat intresse för hyresrätter bekräftas också av fastighetsägare. De har väntelistor på sina privata hyresbostäder och många som är på dessa listor ska sälja sitt hus.

Någon bank nämner att man tror att eventuell räntehöjning snarare lugnar än spär på oron eftersom många då kommer förstå att vi efter det är på väg åt rätt håll.

**Ökat intresse för  
hyresrätter**



Man märker en större efterfrågan på importerad mat än tidigare och någon är orolig över att människor väljer bort svenska varor i större utsträckning och hur det i förlängningen drabbar det svenska lantbruket.

## ”Kundkorgen” ser annorlunda ut

”Folk tänker till mer innan de handlar och köper billigare varor och mer på kampanj.”

Flera inom livsmedelsbranschen och dagligvaruhandeln lyfter det ökade intresset för, och efterfrågan på, närproducerat och ekologisk mat som bland annat skedde under pandemin. Att detta nu inte verkar kunna stå emot den skillnaden i pris som det många gånger medför jämfört med andra varor. Man nämner ett hållbarhetsarbete som nu stannar av på takten eller i värsta fall helt raseras. Man märker en större efterfrågan på importerad mat än tidigare och någon är orolig över att människor väljer bort svenska varor i större utsträckning och hur det i förlängningen drabbar det svenska lantbruket. En bild som bekräftas av livsmedels- och dryckesproducenter som ser en nedgång i försäljningssiffror, att folk väljer bort lokalproducerat och ekologiskt till förmån för billigare alternativ. I vissa fall är dessa producenter också dubbelt drabbade när även en annan stor försäljningskanal – restaurangerna, i vissa fall också ser en tydlig minskning av försäljningen.

Dagligvaruhandeln ser också att människor i större utsträckning handlar från butikernas egna varumärken samt köper kampanjvaror. Prismedvetenheten tar sig också uttryck i att man blir mindre lojal till en enskild butik. **”Man bevakar och jämför priser hos olika butiker och åker runt och handlar”**. Ett nytt beteende som

påverkar branschens marginal och som ställer stora krav på såväl lyhördhet som förmåga att snabbt kunna ställa om sitt sortiment.

Någon uppger också att man har färre kunder och dessutom tappat poster. Det vill säga kunder handlar mindre när de väl handlar. En annan säger att onlinehandeln har ”stört dykt”.

Trots att normmännen ju är tillbaka ser sig även gränshandeln vara påverkade. Även normmännen har en mer ansträngd ekonomi och här märks också en tydlig återhållsamhet och att kunder köper billigare produkter och lockas av kampanjer.

Vissa restauranger ser ännu ingen minskning av antal gäster men kan däremot se en förskjutning i vad som beställs på menyn. Att man som exempel väljer buffé som är billigare än tre rätters sittande middag.

Ett annat uttryck för samma beteende syns hos hotellen där gästen kanske inte väljer att helt avstå en bokning men de som tidigare bokat en vecka nu istället bokar tre dagar. Vissa event blir en natt i stället för tre och så vidare.

# Underhåll och service går bra

”Vi gör ingen storsatsning i år. Putsar och förbättrar det som finns.” Flera är dom som nämner att man, på grund av minskad efterfrågan, flyttar fokus från nyförsäljning till befintliga kunder.

Här kan nämnas allt ifrån försäljare av hemlarm till bilhandeln. Samma gäller för banker som från att i vanliga fall ha mycket jobb med nya bostadskunder nu istället lägger stor del av tiden på att hantera och hjälpa oroliga befintliga kunder.

De som erbjuder sällanköpsprodukter som exempelvis spabad ser en nyförsäljning som helt stannat av men kan många gånger ändå tuffa på tack vare service – och underhållssidan. Med några goda år bakom sig finns det många enheter att underhålla. Samma rapport kommer från bilhandeln där man ser att verkstadssidan

har fullt upp. Beståndet ute på vägarna är stort då det har sålt väldigt mycket bilar sista tio åren. Den fortsatt stora efterfrågan på service och underhåll känns igen även från röster inom icke konsumentnära branscher som exempelvis tillverkande industri. Där service – och underhållssidan i vissa fall driver affären när efterfrågan på vissa håll dämpats något.

## Tydlig påverkan av minskad köpkraft

Några restauranger uppger att man har det väldigt tufft. Med höjda priser i inköp och en minskning av gäster med 30–40 % kämpar man för sin överlevnad. Andra upplever ett sämre gästflöde och att ”folk är lite dämpade”.

Sällanköpshandeln som exempelvis möbelaffärer ser färre folk som är ute i butikerna även om de som kommer in fortfarande handlar. Man pratar om ett lägre tempo, att det är mindre folk över lag och för de butiker som brukar ha hög försäljning under januarirean har försäljningen gått sämre än vanligt. De som vänder sig till privatmarknaden och säljer kapitalvaror tydligt kopplade till energiomställningen, som exempelvis energisnåla kylar eller luftvärmepumpar, ser dock ingen som helst avmattning.

Några spahotell uppger att konsumtionen på privatsidan minskat tydligt senaste månaderna. Här ser man inte heller att man kan motverka minskningen på privatsidan via sänkta priser. Det utrymme, kopplat till omkostnaderna, finns helt enkelt inte.

**”Nu håller människor i pengarna, under Covid ville man spendera men kunde inte”.** Campingägare uppger uppsagda säsongsplatser för att människor inte har råd att behålla dessa.



Tydligaste nedgång ser dom som riktar sig mot det segment inom den totala målgruppen som man menar är mest priskänsliga. Vilka som är priskänsliga visar sig vara ganska komplext. Det beror på en rad olika faktorer exempelvis befintligt ekonomiskt utrymme i relation till varan eller tjänsten och vad man prioriterar. Något städbolag ser till exempel ingen nedgång bland sina privatkunder och resonerar själv kring att de redan från början har en köpstark kundgrupp. Även verksamheter som riktar sig mot barn verkar prioriteras även om hushållskassan är ansträngd.

I slutet av 2022 kunde man se att Värmland stod emot den våg av konkurser som sköljde över vissa regioner årets sista månad och på helåret visade Värmland bättre siffror än rikssnittet. 2023 har dock startat annorlunda och nedgången syns nu i den värmländska konkursstatistiken där siffrorna för januari 2023 visade på en ökning av konkurser jämfört med januari 2022. 19 bolag jämfört med föregående års 9.