

Pre Loved- indikatorn

September 2024

SH Svensk
Handel



Second hand-marknaden i september 2024

SH

Total omsättning i september 2024

1,3 miljarder kronor

Omsättning inom mode i september

367 miljoner kronor

Begagnathandeln utbredd bland svenska konsumenter

2 av 10 konsumenter uppger att de handlat begagnat i september

Mode är den största produktkategorin inom begagnat

5 av 10 begagnatkonsumenter har handlat i denna kategori i september



Begagnatmarknaden i tredje kvartalet 2024

SH

Total omsättning
i kvartalet

4,2
miljarder kronor

Omsättning inom
mode i kvartalet

1,1
miljarder kronor

Omsättning inom
hemelektronik
i kvartalet

1,2
miljard kronor

Omsättning inom
heminredning, möbler
och husgeråd i kvartalet

607
miljoner kronor



Begagnatmarknaden jan-sep 2024

SH

Total omsättning jan-sep

12,9 miljarder
kronor

Omsättning inom mode jan-sep

3,5 miljarder
kronor



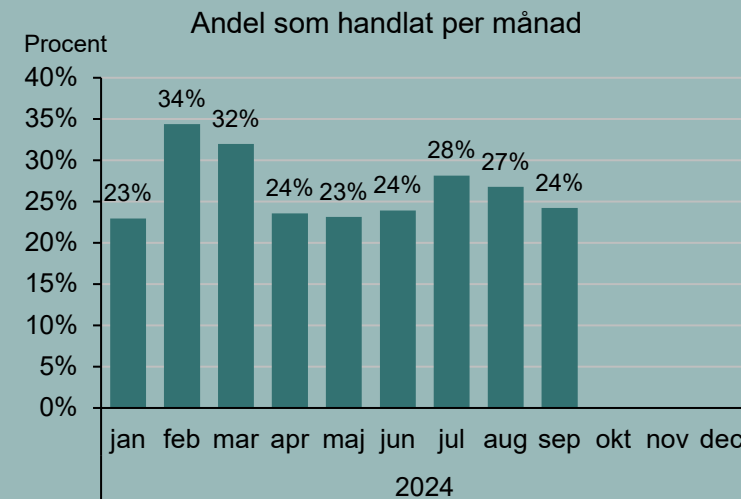
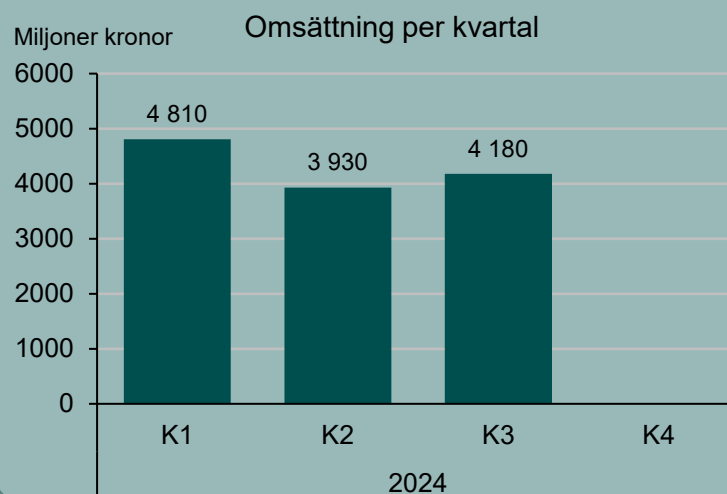
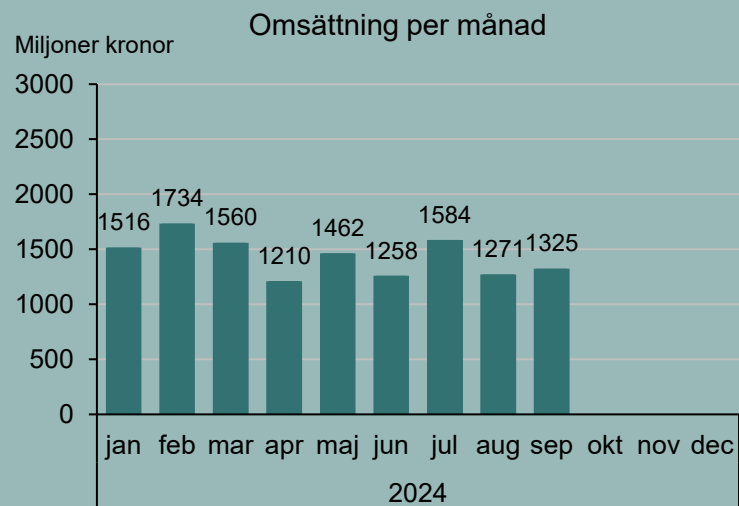
Total second hand-marknad: Försäljningen steg i tredje kvartalet



Maria Mikkonen
Chefsekonom Svensk Handel

Försäljningen steg drygt fyra procent i september, mot månaden innan. Jämfört med sommar-månaderna, tenderar september att vara en något svagare månad för sällanköpsvaruhandeln. Det är först i oktober som försäljningen tar fart igen, och fortsätter stiga fram till jul. Även för det tredje kvartalet i sin helhet går att observera en ökning i försäljningen, jämfört med kvartalet innan. Mycket av detta går att tillskriva den starka försäljningen i juli.

Andelen som handlade second hand sjönk i september, efter två månader med höga andelar. I det tredje kvartalet steg andelen som handlade second hand med drygt två procentenheter.



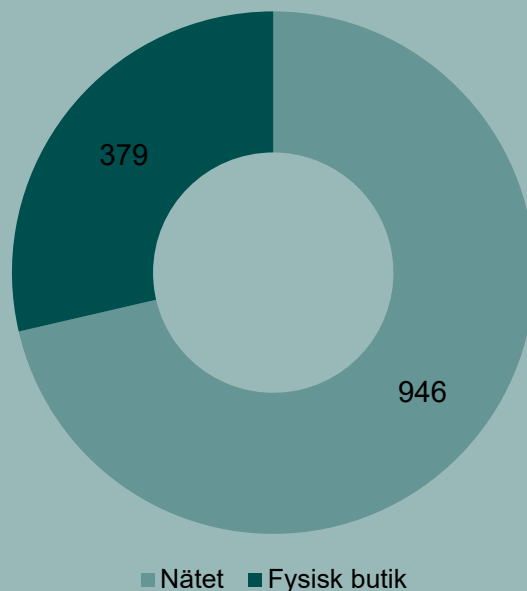
Second hand på nätet: Stod för drygt 70 procent av försäljningen i september



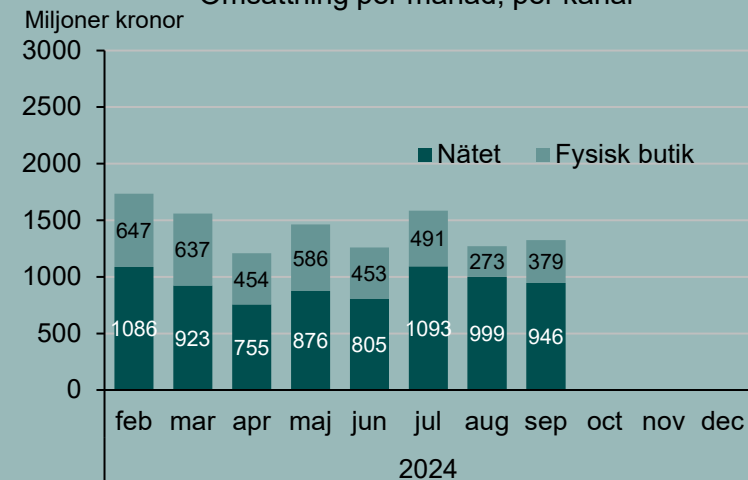
Det är tydligt att nätet är den dominerande försäljningskanalen inom second hand. I september stod nätet för mer än 70 procent av försäljningen i segmentet – ner från en andel strax under 80 procent i augusti.

Förklaringen till e-handels ansevärd andel av second hand-marknaden ligger dels i att den typiska second hand-kunden är ung och således är van med att använda internet. Vidare är de största aktörerna inom segmentet helt digitala.

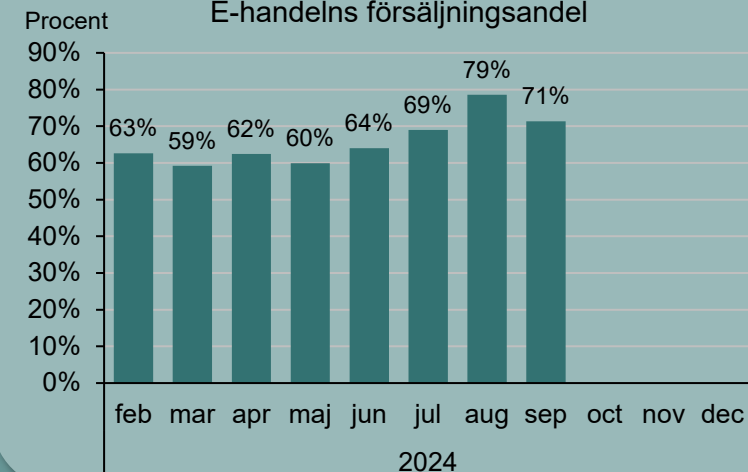
Omsättning per kanal senaste månaden
Miljoner kronor



Omsättning per månad, per kanal



E-handels försäljningsandel



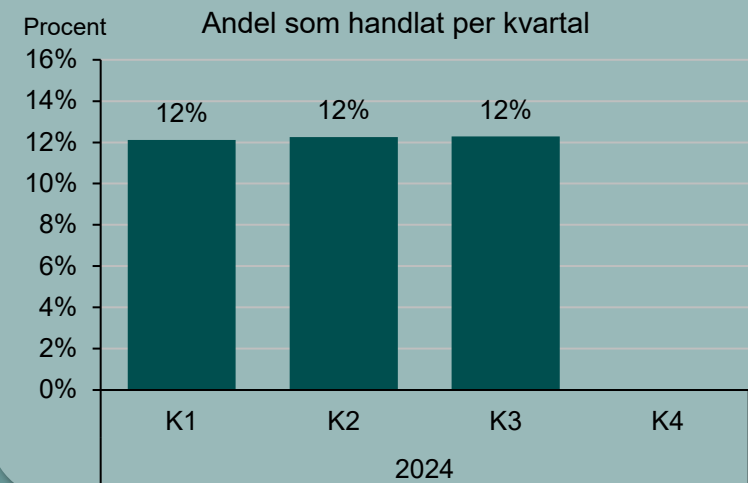
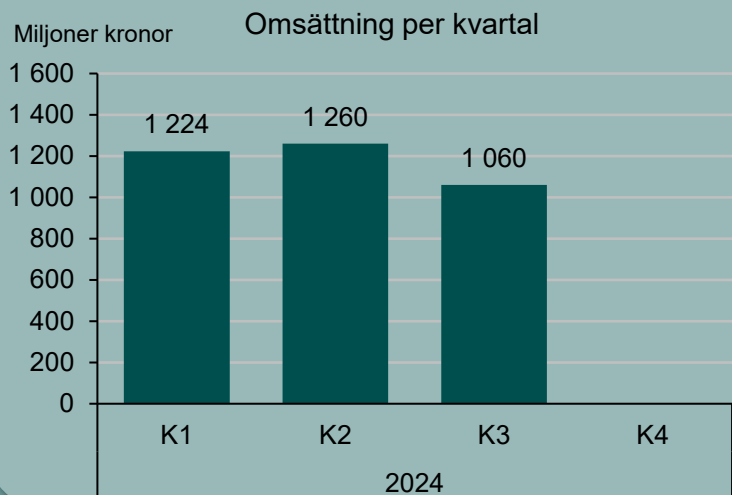
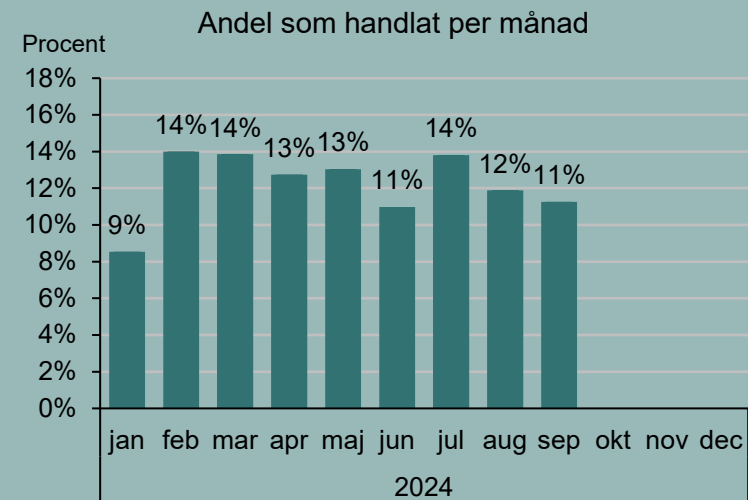
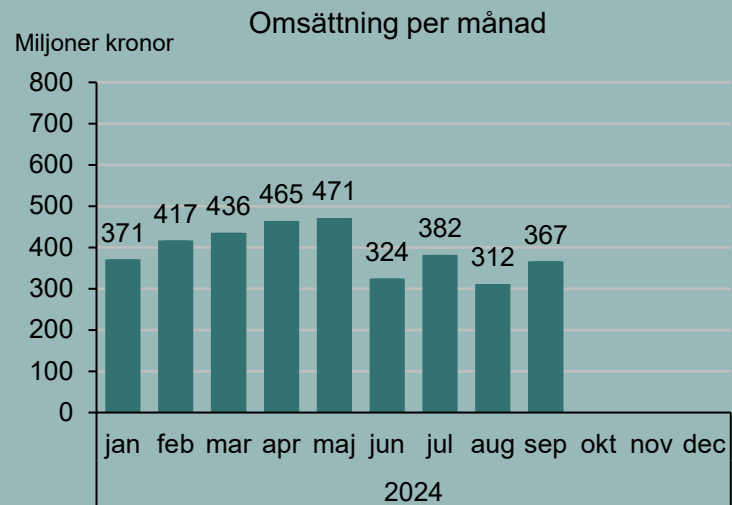


Second hand-mode: Högre försäljning i september

Försäljningen av second hand-mode vände åter upp i september, efter att ha fallit tillbaka i augusti. I det tredje kvartalet sjönk däremot försäljningen med knappt 16 procent mot kvartalet innan.

Andelen som handlade i kategorin under månaden sjönk med drygt en halv procentenhet mot månaden innan. För kvartalet som helhet var andelen oförändrad mot årets två tidigare kvartal.

I det fjärde kvartalet är det huvudsakligen oktober som är en förhållandevis stark second hand-månad, då vädret brukar växla om till kallare, och höst och vinterkläder inhandlas.





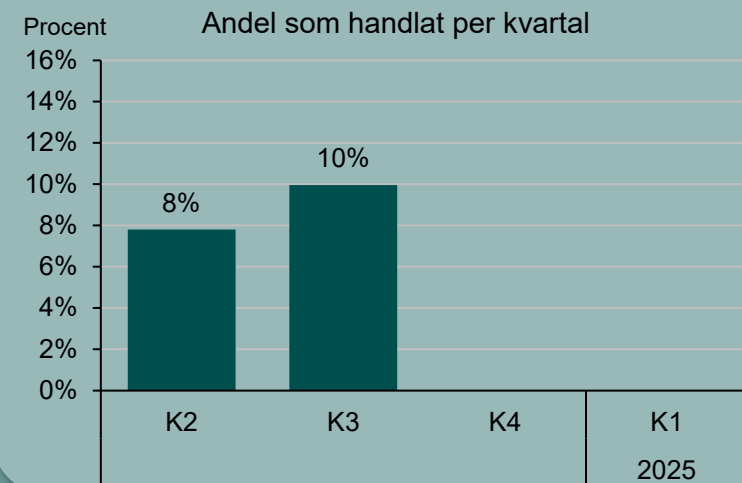
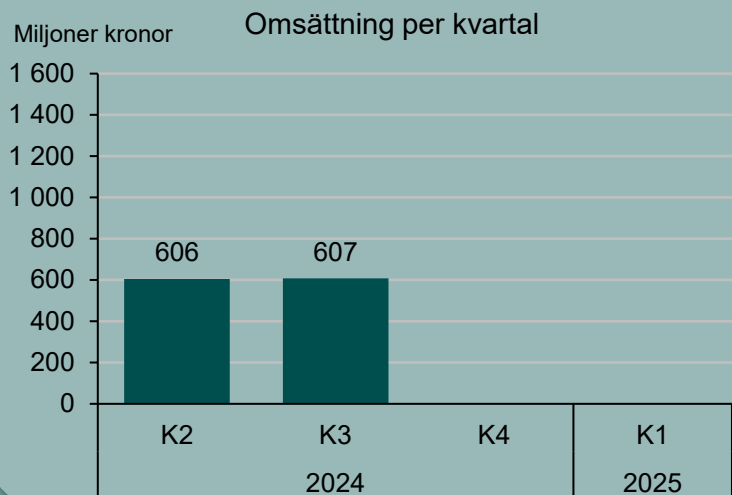
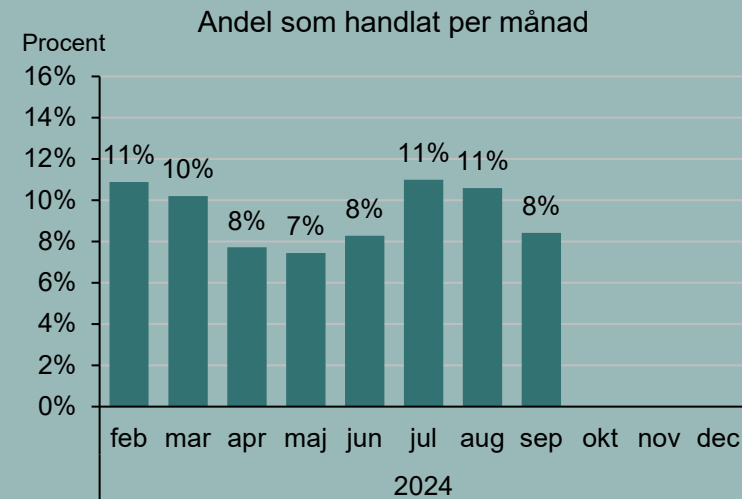
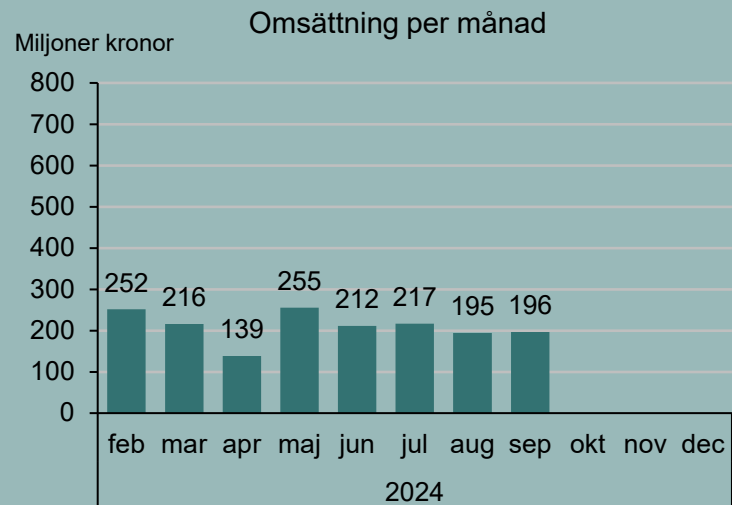
Second hand-möbler och -heminredning: Försäljningen i K3 i linje med K2



Second hand-handeln med produkter till hemmet har hittills i år haft en jämn och stabil utveckling, med omkring 200 miljoner i försäljning per månad. Andelen som handlade i kategorin däremot under sommarmånaderna juli och augusti, för att sjunka tillbaka i september.

Delbranschen i stort har genomgått ett stålbad de senaste dryga två åren, i spåren av den svaga utvecklingen på bostadsmarknaden.

Säsongsmässigt är det fjärde kvartalet det starkaste inom denna delbransch, och i synnerhet för heminredning.



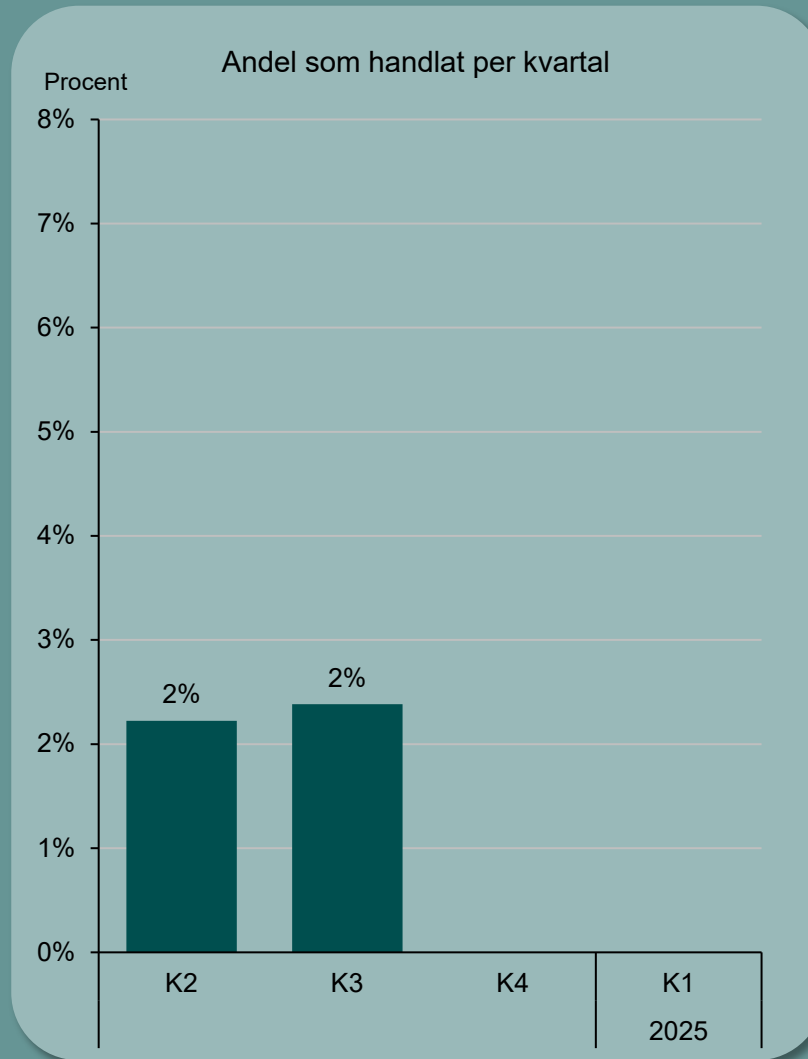
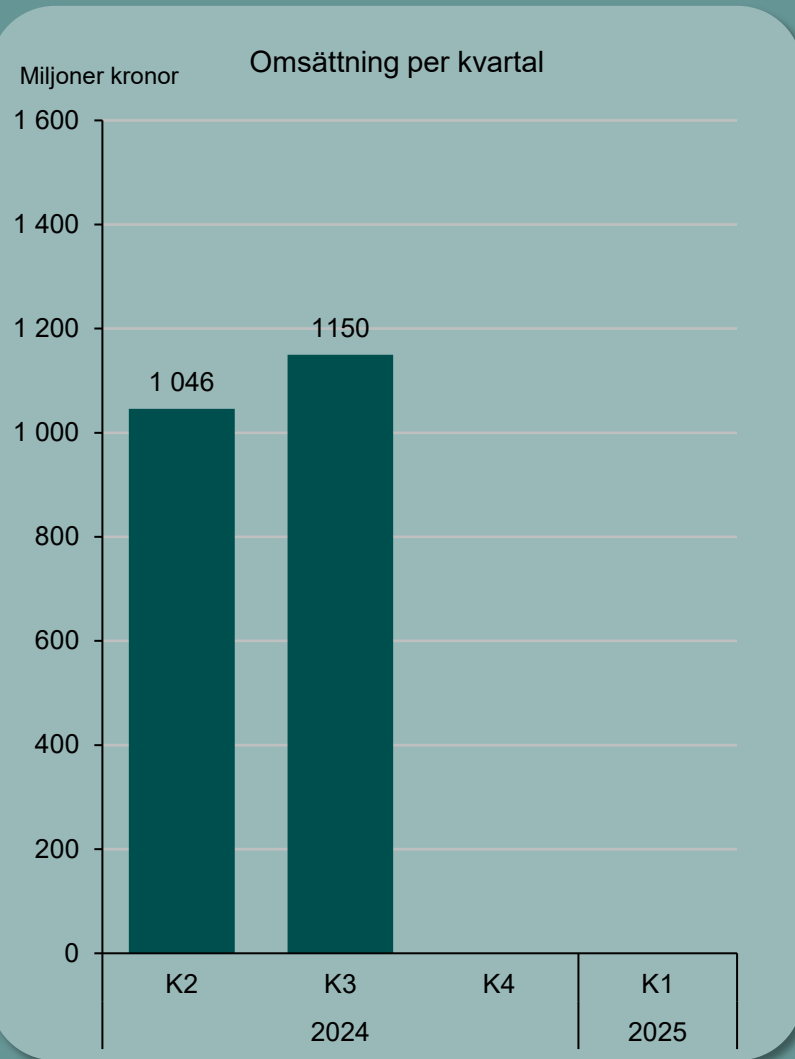


Second hand-elektronik: Största kategorin i det tredje kvartalet



I det tredje kvartalet uppgick försäljningen av second hand-elektronik till 1,2 miljarder, och var således den kategori med störst försäljning i segmentet. Det fjärde kvartalet är typiskt sett det kvartalet som har högst försäljning inom elektronikhandeln, då julhandeln tar fart och inte minst tack vare Black Week som drar igång i slutet av november.

Andelen som handlar i denna kategori är markant lägre än mode och möbler & heminredning – omkring två procent i snitt per månad - men produkterna är ofta dyrare, vilket ger en högre försäljning på totalen.



Elgiganten:

Second hand är en lönsam affär för oss

SH



Tony Ottebjør-Winkler
Drift- och hållbarhetschef,
Elgiganten

Berätta, vad fick er på Elgiganten att börja erbjuda second hand-produkter?

De två främsta anledningarna var att det är något som våra kunder efterfrågar och att det är en viktig del i vårt hållbarhetsarbete; att ge produkterna en längre livslängd så att vi minskar behovet av att utvinna naturresurser.

I dagsläget är det huvudsakligen mobiltelefoner som ni erbjuder second hand. Vilka begränsningar ser ni kopplat till att utöka ert sortiment inom second hand till fler produktgrupper?

När vi valde ut mobiltelefoner att börja med var det för att kundundersökningar visade att det var en produktgrupp som kunder var mest intresserade av när det kom till begagnad hemelektronik. Samtidigt var det också en grupp som var relativt enkel och snabb att komma igång med. När vi kollar på nästa steg så styr givetvis kundernas efterfrågan samt också möjligheten att möta den.

Hur upplever ni att mottagandet varit från kunderna? Och finns det någon kundgrupp som verkar uppskatta era second hand-produkter lite extra?

Det har varit ett jättehärligt mottagande från våra kunder och faktum är att efterfrågan är högre än vad vi har tillgång till. Vi har ingen direkt statistik på vilken kundgrupp det är som främst köper men generellt så är detta något som passar väldigt många, allt till föräldrar som letar efter en telefon till sina barn, studenter som vill göra ett klipp eller den medvetne konsumenten.

Är det en lönsam affär för er att sälja second hand-elektronik?

Ja, vi har en lönsamhet i vår cirkulära affärsmodell. Det är något som är avgörande för att bolag och kunder ska kunna ställa om, det måste vara både lätt och lönsamt för alla involverade att göra hållbara val.



Vilka anser ni hade varit de viktigaste politiska reformerna för att öka förutsättningarna för er verksamhet i allmänhet, och för att främja er second hand-försäljning i synnerhet?

Generellt skulle jag säga att det är viktigt att säkerställa att politiken garanterar att vi konkurrerar på lika förutsättningar, då tänker jag exempelvis på kemikalieskatten som bevisat inte ger någon miljönytta men som gör det dyrare att köpa produkter från svenska aktörer. Jag tänker även på kontroll av produkter som importeras direkt till slutkund från företag som säljer extremt billigt men som inte följer vare sig europeisk eller svensk produktlagstiftning. Det är farligt både rent miljömässigt men också ur ett konkurrensperspektiv och riskerar att snedvrider marknaden.

Ur ett hållbarhetsperspektiv så brukar jag tjata om att det ska vara lätt och lönsamt att göra mer hållbara val, både för konsument och för oss som företag. Här kan politiken hjälpa till mycket, exempelvis genom att se över moms på reparationer av elektronikprodukter som idag är dubbelt så hög som momsen på reparation av bland annat cyklar. Men även momsen på begagnade produkter, och man kan även se över arbetsgivaravgiften i yrken som arbetar i det cirkulära flödet.

Jag ser också väldigt mycket fram emot att se effekten av regelförenklingsrådet och implementeringsrådet som regeringen tillsatt. Det är initiativ som jag verkligen hoppas kommer ge en praktisk effekt i att göra det lättare att bedriva en hållbar handel i Sverige.

Vad tror ni om utvecklingen för second hand inom elektronik framåt?

Jag är övertygad om att det kommer att öka, både av en ren nödvändighet ur ett hållbarhetsperspektiv men också för att efterfrågan finns.



*Tony Ottebjør-Winkler
Drift- och hållbarhetschef, Elgiganten*



Genomförande

Svensk Handels Pre Loved-indikator är en löpande kartläggning av konsumenters begagnatkonsumtion och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datainsamlingen görs första veckan varje månad och mäter begagnathandel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varje månad genomförs minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala begagnatomsättningen samt omsättningen av begagnat mode i Sverige.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18-89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av begagnatomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total begagnatomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korrigerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man handlar begagnat eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel begagnatkonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas för varje enskild produktkategori, och rensning görs på månads-, kvartals-, halvårs- eller årsbasis, beroende på svarsunderlaget för respektive produktkategori. Extremvärdena beräknas på ett sätt som inte missar säsongsvariationer.

Avseende begagnathandeln i september 2024 genomfördes 2198 intervjuer den 1-7 oktober vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 56 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

**Vid frågor kontakta
Svensk Handels pressjour
010 47 18 650**

svenskhandel.se

**SH Svensk
Handel**