



COMEBACK FÖR LAPTOPS

BCI #1 2015

Årets första undersökning bland elektronikbranschens butikschefer visar bland annat att;

- datorer ökar försäljningen när surfplattor minskar,
- intresset för smarta hem ökar,
- försäljningen är stabil generellt och ökande för mobiltelefoner, stora TV-skärmar och ljudprodukter,
- framtidstron är stor,
- konsumenterna är intresserade av wearables,
- butikscheferna anger att konsumenterna nu visar större intresse för laptops och datorer än för surfplattor,
- Snabbindex för mars visar att actioncams är vinterns försäljningsraket.

Butikschefsindex (BCI) är ElektronikBranschen's kvartalsvisa undersökning bland butikscheferna hos medlemsföretagen. Den är unik eftersom resultaten kommer direkt från handlarnas möten med konsumenterna vid köptillfället. Därför är BCI både ett "öra mot marken" och beskriver dagsläget såväl som branschens förväntningar på framtida utveckling och marknads- och försäljningstrender. Undersökningen är samtidigt ett viktigt komplement till ElektronikBranschen's månatliga försäljningsstatistik kallad SnabbIndex.

”Stabil försäljning och come back för laptops”



Klas Elm
VD, ElektronikBranschen



“

Årets första ButiksChefsIndex visar att framtidstron är fortsatt stark i branschen. Visserligen var butikscheferna ännu mer optimistiska inför framtiden strax före jul, men det kanske är rimligt. Siffrorna i denna BCI motsvarar de förväntningar som framkom precis för ett år sedan. Jag trodde att vi redan i slutet av förra året skulle nå positiva förändringstal, men det gjorde vi inte riktigt. Årets första kvartal visar också en nästan oförändrad försäljningstakt jämfört med 2014. Man kan säga att försäljningen är stabil.

7 av 10 butikschefer uppger att de upplever ett positivt försäljningsläge i sin butik. 32 procent säger att försäljningen i butiken är mycket god eller god och 40 procent av butikscheferna är försiktigt positiva.

Inför framtiden, dvs kommande halvår, anger 84 procent av butikscheferna att de är positiva till försäljningsutvecklingen i sin butik. Hälften tror att försäljningen blir något bättre än i fjol och var tredje är ytterligare mer positiva.

Vi väljer även att presentera Snabbindex för mars i denna BCI. Den totala försäljningen under årets första tre månader var 2,8 procent lägre än motsvarande period 2014. Mobiltelefoner, som står för en betydande del av värdet, fortsätter att öka. Detta trots de senaste årens stora försäljning. Och trenden att svenskarna byter sina mindre TV-skärmar mot 55-tummare eller större bara förstärks. 13 procent fler stora skärmar har sålts under året jämfört med första kvartalet 2014.

På IT-sidan kan man konstatera att surfplattor tappar jämfört med förra årets fina siffror. Både laptops och stationära datorer gör come-back och säljer bättre än under förra årets första kvartal.

”



Per-Olov Persson på P.O Radio TV med Euronics-butiker i Hudiksvall och Ljusdal

GENOMSLAG FÖR DET SMARTA HEMMET

Det smarta, eller intelligenta, hemmet är något branschen har pratat mycket om i flera år, men det är kanske först nu som tekniken slår igenom på allvar ute hos konsumenterna.

En som upplever det är Per-Olov Persson på P.O Radio TV med Euronics-butiker i Hudiksvall och Ljusdal.

- Det känns som att vi börjar få mer substans när vi pratar om det smarta hemmet, både i butik och hos konsumenterna. Jag tror framför allt att android-tv kommer att bli väldigt positivt.

Per-Olov beskriver försäljningsläget i sin butik som försiktigt positiv och prognosen är att man räknar med en viss försäljningsökning under kommande halvår jämfört med samma period ifjol, trots att försäljningen av själva tv-apparaterna inte ser ut att öka i antal utan mer i allt större storlekar.

- Nya tv-apparater har fått nya och bättre funktioner. Inte minst märker vi av ett klart större intresse för Smart TV jämfört med tidigare, vilket också innebär att det drar med sig ett större nätverksbehov. För vår del innebär det att vi förutom att leverera nya tv-apparater även får sälja nya routrar, mer nätverksutrustning och installation. Med det ökande intresset följer även ett ökat intresse för ljudet där vi kan erbjuda flera smarta produkter än tidigare.

Även om konsumenterna nu börjat förstå tekniken och därmed också börjat efterfråga

smarta tv-lösningar i en allt högre grad så tror Per-Olov Persson att det finns mycket kvar att göra.

- Vi har börjat jobba mer aktivt med de här funktionsbitarna i vår försäljning. Vi visar kunderna hur man kommunicerar mellan mobilen eller surfplattan och tv-apparaten. Idag handlar det inte bara om att sälja en storlek på tv-apparaten och montera den på väggen, nu har vi möjlighet att visa upp och informera om alla funktioner. Den kund som idag köper en tv-apparat går förhoppningsvis även hem med en ljudkomplettering och framför allt ett uppdaterat nätverk som vi kan konfigurera och få att fungera i hemmet.

Genomslaget av det smarta hemmet är en kombination av en ökande efterfrågan bland konsumenter och en annan försäljningsstrategi i butikerna.

- Genom bredbandsuppkoppling i butiken har vi möjlighet att visa upp alla funktioner, vilket kunderna vill ha, men har ett behov av att få hjälp och support med. Därigenom ägnar vi mer tid åt varje kund, vilket har fördelar.

När det gäller försäljningen av wearables och action-cam har Euronics-butikerna i Hudiksvall och Ljusdal noterat ett ökande intresse, men någon försäljningsboom har man inte upplevt än så länge. Den kan dock komma till våren och sommaren.

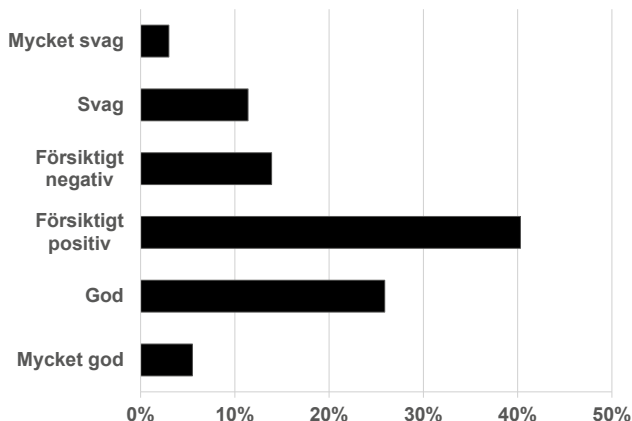
Försäljningen av surfplattor ligger nu på en stabil nivå, däremot verkar intresset för laptop öka på nytt.

BUTIKSCHEFSINDEX #1 2015

SAMMANSTÄLLNING AV FRÅGOR OCH SVAR

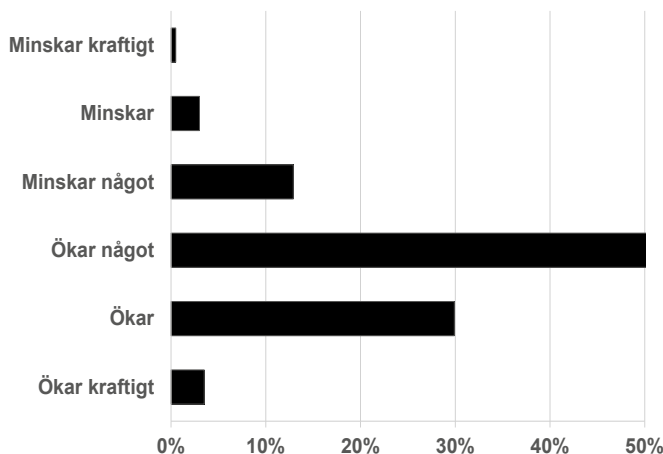
1. Hur upplever du försäljningsläget i butiken just nu?

7 av 10 butikschefer uppger att de upplever ett positivt försäljningsläge i sin butik. 32 procent säger att försäljningen i butiken är mycket god eller god. 14 procent av butikscheferna uppger att de ser en svag eller mycket svag försäljning.



2. Hur tror du att försäljningen kommer att gå i din butik de nästkommande sex månaderna, jämfört med i fjol?

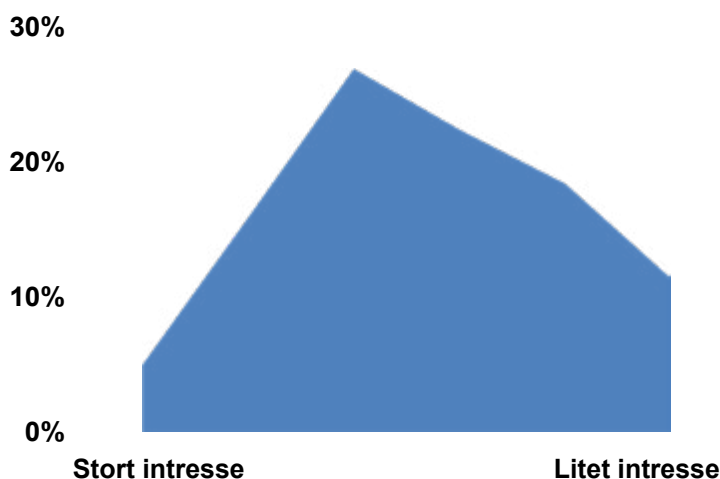
84 procent av butikscheferna är positiva till försäljningsutvecklingen i sin butik under kommande halvår. Det är en minskning med 10 procentenheter från mätningen före jul, men är ungefär samma siffra som från mars 2014. Hälften tror att försäljningen blir något bättre än i fjol och var tredje tror på ökad försäljning.



3. Wearables

Ange konsumenternas intresse för kropsburen teknik i din butik

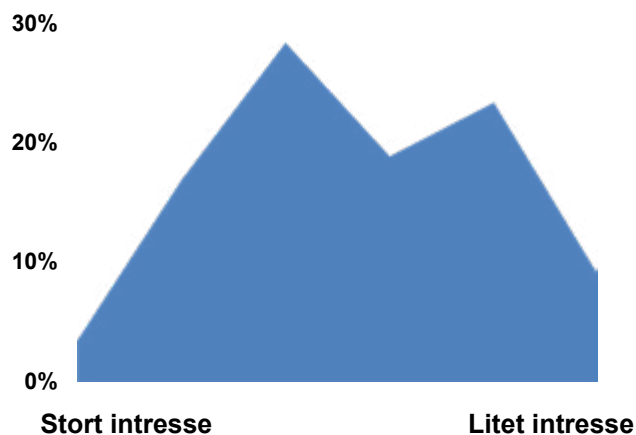
Det har varit stort medialt fokus på fitnessarmband och smarta klockor under vintern. Inte minst inför julen då fitnessarmbandet utsågs till årets julklapp. ElektronikBranschen kunde också konstatera ett uppsving i försäljningen. Under årets första kvartal visar konsumenterna ett fortsatt intresse, om än ganska få med väldigt stort intresse.



4. Actioncam

Ange konsumenternas intresse för så kallade actioncams i din butik

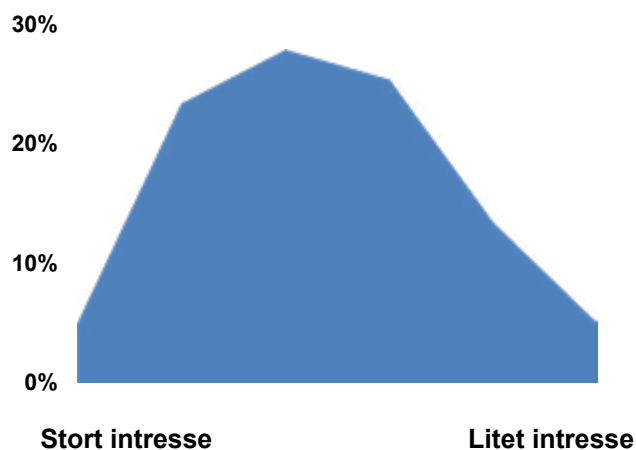
Försäljningen av videokameror specialanpassade för olika aktiviteter, t.ex. monterade på hjälmen för skidåkning eller monterade på cykelstyret, har under vintern ökat kraftigt i försäljning. Det visar ElektronikBranschens statistik (se Snabbindex). Butikscheferna svarar också att intresset från vissa konsumenter är stort medan andra inte är intresse-



5. Surfplatta

Ange konsumenternas intresse för surfplattor i din butik

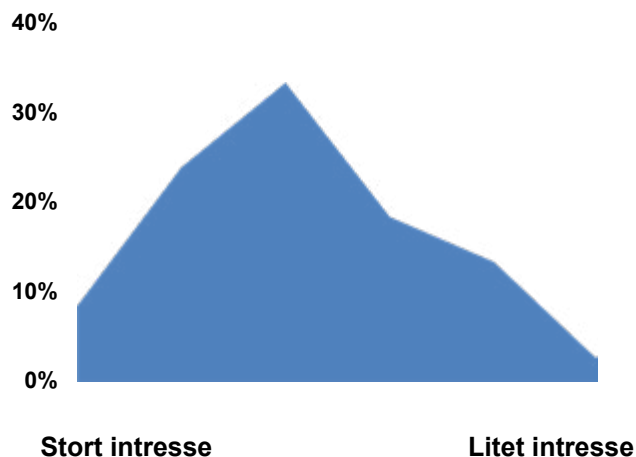
Försäljningen av surfplattor har under de senaste två åren varit enastående. Mer än en miljon surfplattor har sålts årligen. Även om de senaste månadernas försäljning vikt nedåt något, visar butikschefernas svar att konsumenterna fortfarande visar mycket stort intresse för surfplattor.



6. Laptop

Ange konsumenternas intresse för laptops i din butik

I samband med att surfplattan introducerades och vann stor försäljningsframgång vek intresset för laptops nedåt något, även om försäljningen fortsatt varit stor. Denna enkät bland butikschefer visar, precis som försäljningsstatistiken (se Snabbindex) att laptops gjort comeback. Många konsumenter visar, åter, stort intresse för produkten.

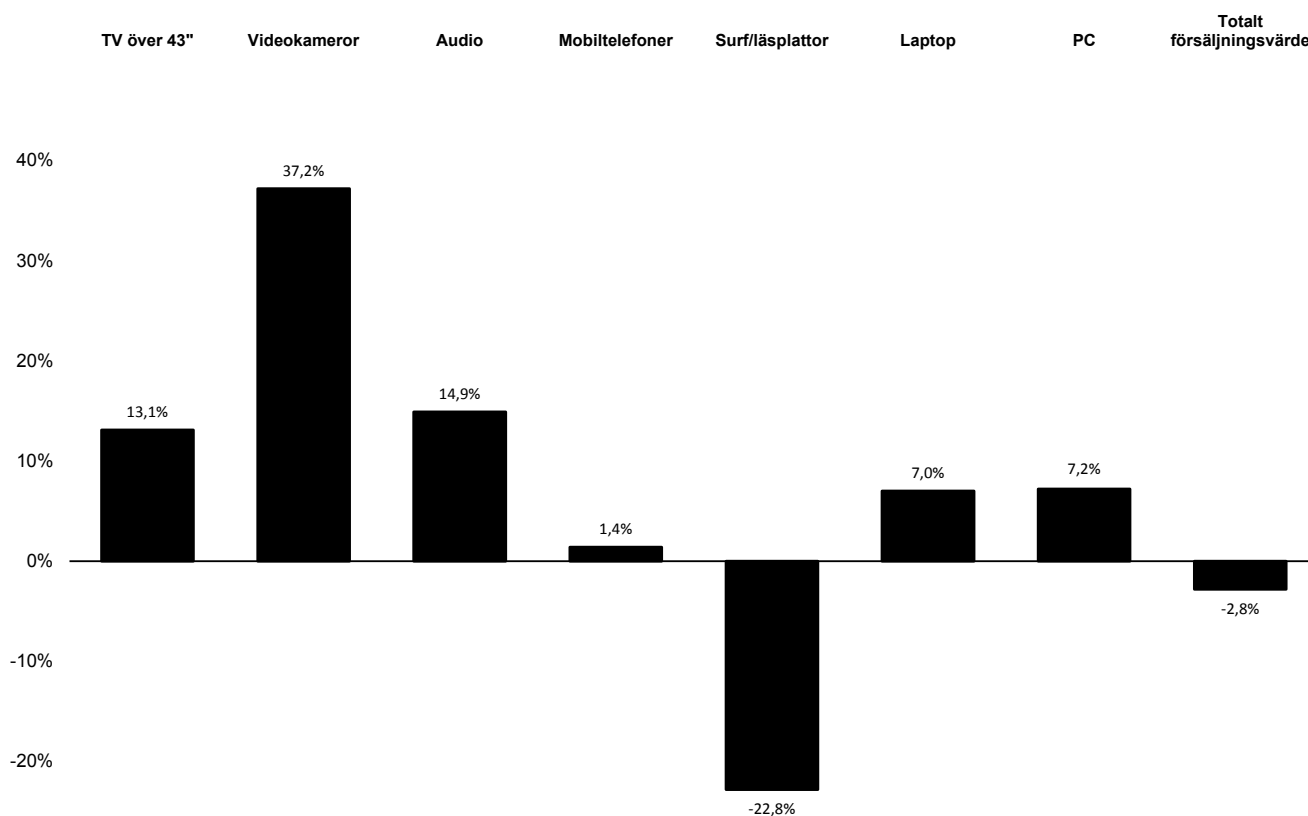


SNABBINDEX MARS 2015

Den totala försäljningen inom svensk hemelektronik var under årets första tre månader 2,8 procent lägre än motsvarande period förra året. Små TV-skärmar tappar fortsatt försäljning, medan TV-skärmar över 43 tum fortsätter att sälja bra. Action-kameror, som nu utgör nästan hela produktgruppen videokameror, följer vinterns trend och visar fantastisk försäljning. Även audioprodukter, som trådlösa högtalare, ljudsystem till TV, men även hörlurar, säljer också bra.

På IT-sidan kan man konstatera trenden att surfplattor tappar jämfört med förra årets fina siffror. Både laptops och stationära datorer gör comeback och säljer bättre än under förra årets första kvartal.

Den värdemässigt viktiga försäljningen av mobiltelefoner fortsätter att vara hög. Trots att det såldes fler mobiltelefoner än prognostierats förra året förväntas fortsätta försäljningen att öka.



ElektronikBranschens snabbindex redovisar varje månad försäljningen hos föreningens medlemmar och ger därigenom en kontinuerlig bild av marknadsutvecklingen inom elektronikbranschen. Diagrammet ovan visar den ackumulerade försäljningen sedan januari 2015 av sju produktgrupper samt totalt försäljningsvärde. Statistiken avser produkter i antal, utom för totalen som avser värde. Deltagande handlare: Audio Video, Elgiganten, Euronics, Media Markt, NetOnNet och Siba.

OM BUTIKSCHEFSINDEX

Butikschefsindex (BCI) är den enda återkommande undersökningen som analyserar den verkliga dialogen med kunderna i samband med köpprocessen. Med hjälp av BCI kan vi se bortom försäljningsstatistik och, baserat på butikspersonalens observationer och dialog med kunder, känna av nya trender, kunduppfattningar och marknadsförändringar. BCI fungerar samtidigt som ett viktigt komplement till ElektronikBranschens befintliga försäljningsstatistik.

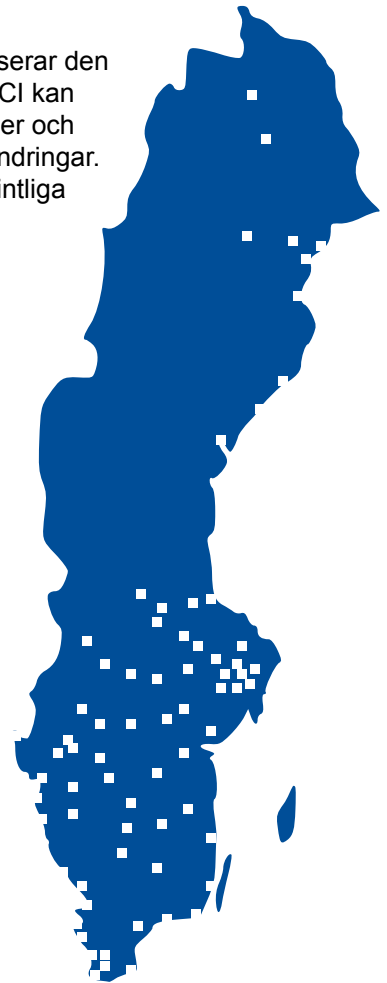
BCI genomförs fyra gånger per år. I urvalet ingår butikscheferna hos detaljhandelsföretag som är medlemmar hos ElektronikBranschen. Dessa är Audio Video, Elgiganten, Euronics, Media Markt, NetOnNet och SIBA.

Metod

Undersökningen genomfördes som en webbenkät till samtliga butikschefer bland ElektronikBranschens medlemsföretag. Under perioden 10 mars till 1 april svarade 201 av 308 butikschefer, vilket utgör en svarsfrekvens på 65%. Butikerna finns från Kiruna i norr, via Gävle, Kalmar och Trollhättan till Malmö i söder. Respondenterna fick svara på sex frågor samt fyra bakgrundsfrågor. Enkäten utformades med sexgradig ordinalskala för frågor om försäljning och produkter.

Deltagande kedjor:

- Audio Video
- Elgiganten
- Euronics
- Media Markt
- NetOnNet
- SIBA



OM ELEKTRONIKBRANSCHEN

ElektronikBranschen är en branschorganisation för leverantörer och handlare inom konsumentelektronik, foto och service. Den huvudsakliga uppgiften är att informera om vad som händer i branschen, bevaka den politiska agendan när det gäller branschfrågor, delta i och arrangera seminarier och presskonferenser, bevaka miljöfrågor, ge ut nyhetsbrev samt ta fram relevant statistik om hemelektronikförsäljningen i Sverige. ElektronikBranschen bildades 2001.

Kontakt:
Klas Elm, vd för ElektronikBranschen
mobil: + 46 704 580 108
elm@elektronikbranschen.se

ElektronikBranschen
Box 22307
104 22 Stockholm
Tel: 08-508 938 00

www.elektronikbranschen.se

