



Sportsbransjen

Bransjeoppdatering 2014

Innhold

Fakta om Sportsbransjen AS

Markedsutvikling

Konkurransesituasjon

Segmenter

Forventninger 2015

Sportsbransjen AS' visjon

”Sportsbransjen AS skal drive aktiv påvirkning av myndigheter, organisasjoner, bransjeaktører og media for å fremme sport og fritid blant folk flest. Alt vi gjør skal bygge oppunder vekst i markedet for sport- og fritidsprodukter.”

Sportsbransjen AS eierskap

Sportsbransjen AS er en interesseorganisasjon for sportsbransjen i Norge. Selskapet eies 50/50 av to parter i sportsbransjen: Norspo AS – et selskap eiet av leverandører av sportsutstyr og Sportskjedene AS – som er eiet av de seks store butikkjedene i sportsbransjen. Til sammen utgjør dette bortimot 90 prosent av sportsbransjen i Norge.



5,2% salgsvekst i 2014

Utvikling detaljistomsetning 2003-2014, MNOK, eks mva

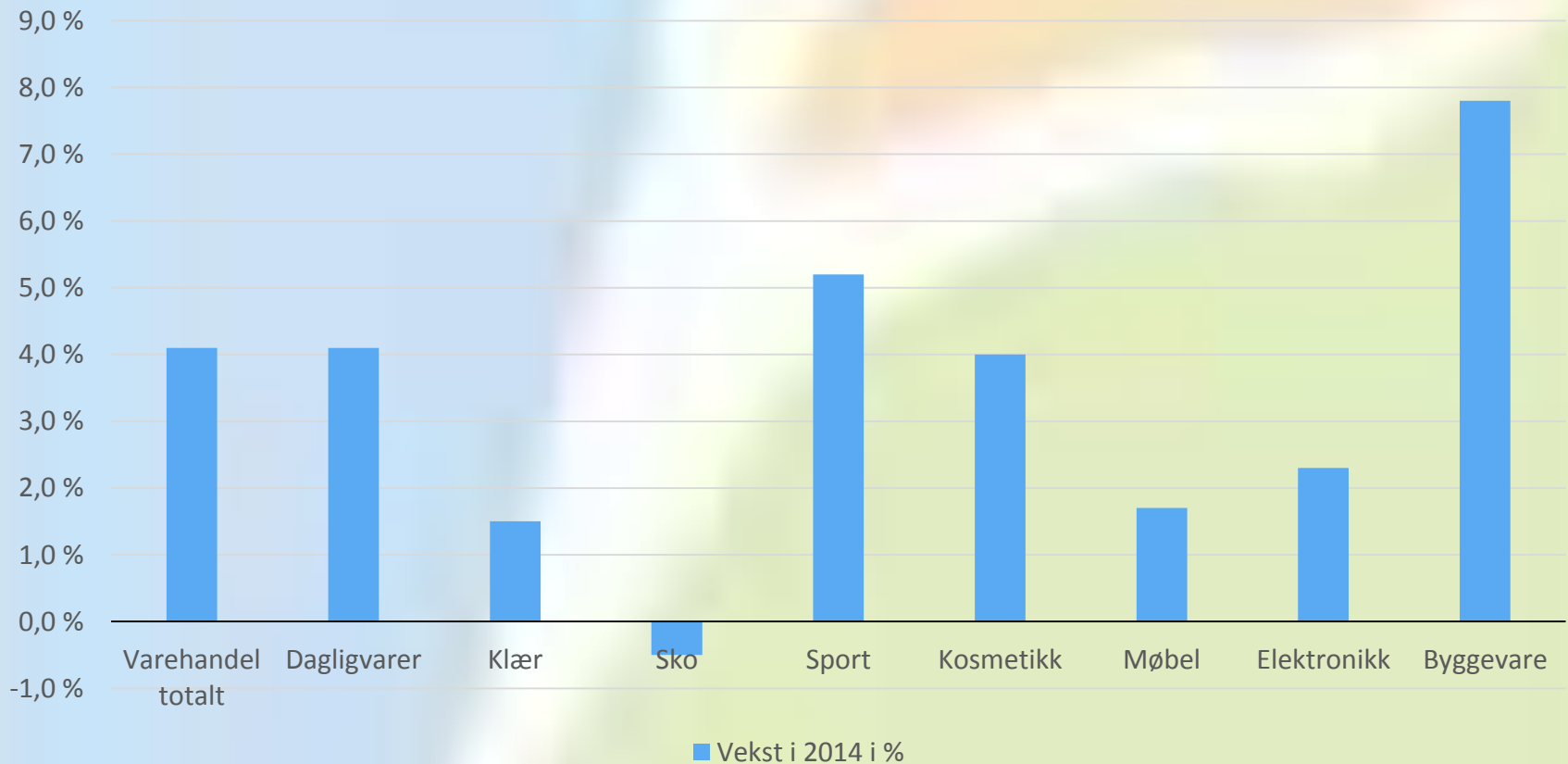
Omsetning sportsbransjen (i 1000 eks mva)



- Sportsbransjen vokste mer enn noen annen detaljhandel i tiden 2005 – 2010, men veksten flatet ut i 2011. I 2012 til 2014 hadde bransjen igjen noe vekst. Sportsbransjen har tatt markedsandeler fra tekstil- og skobransjen.
- Omsetningen økte i 2014 med 650 mill NOK.
- Norge selger mest sportsutstyr i verden per capita, og i følge Sporting Goods Intelligence (SGI), mer enn tre ganger gjennomsnittet i Europa
- Vi har ingen sikre tall på hvor mye som omsettes direkte over internett, men vi antar at det ligger på rundt 2 mrd.

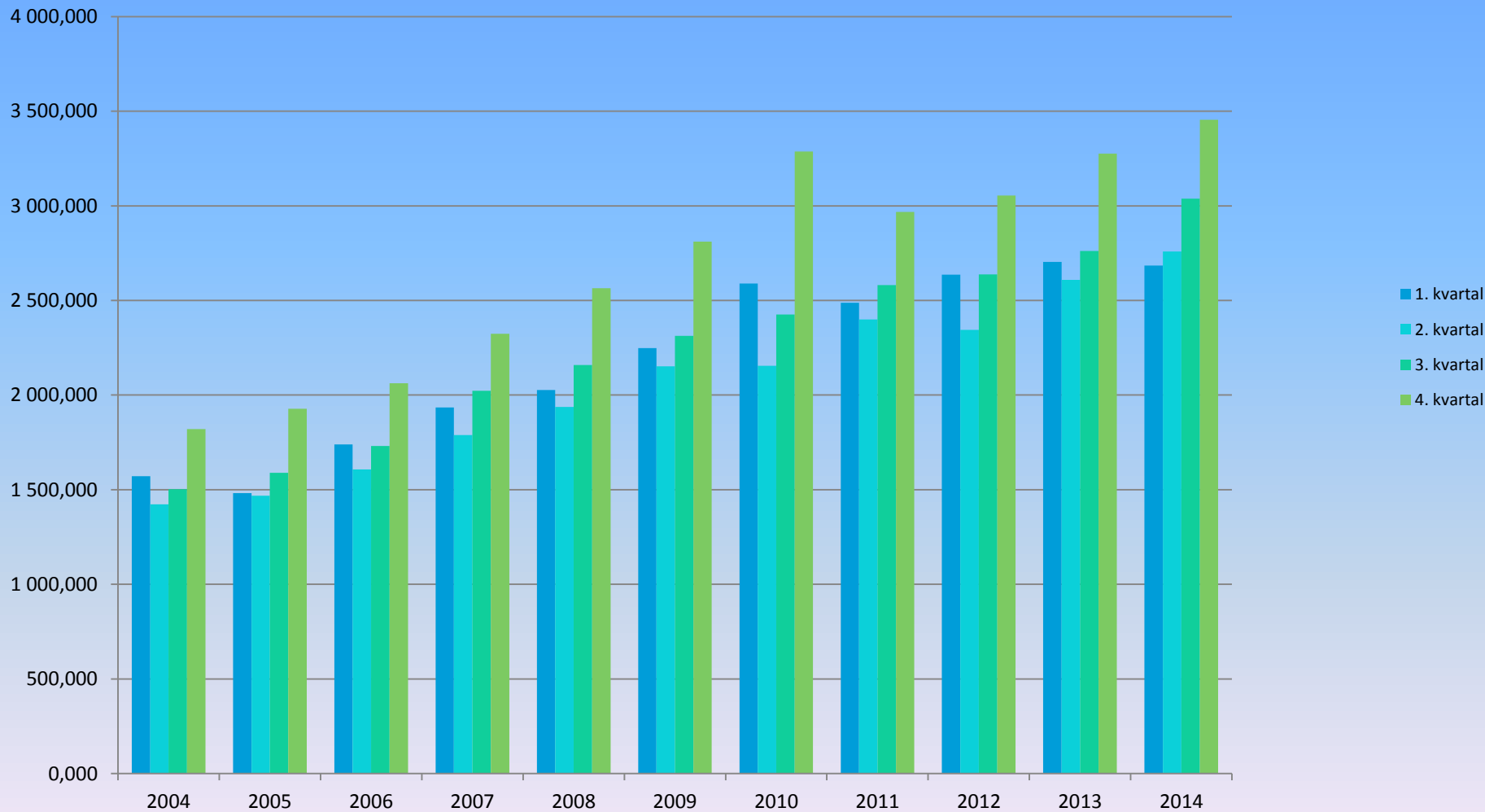
Sportsbransjen vs andre bransjer

Vekst i ulike sektorer 2014



Det kan se ut som Sport fortsatt tar markedsandeler fra sko- og klesbransjen.
Kilde: Virke og Sportsbransjen as. Tallene er ikke endelige.

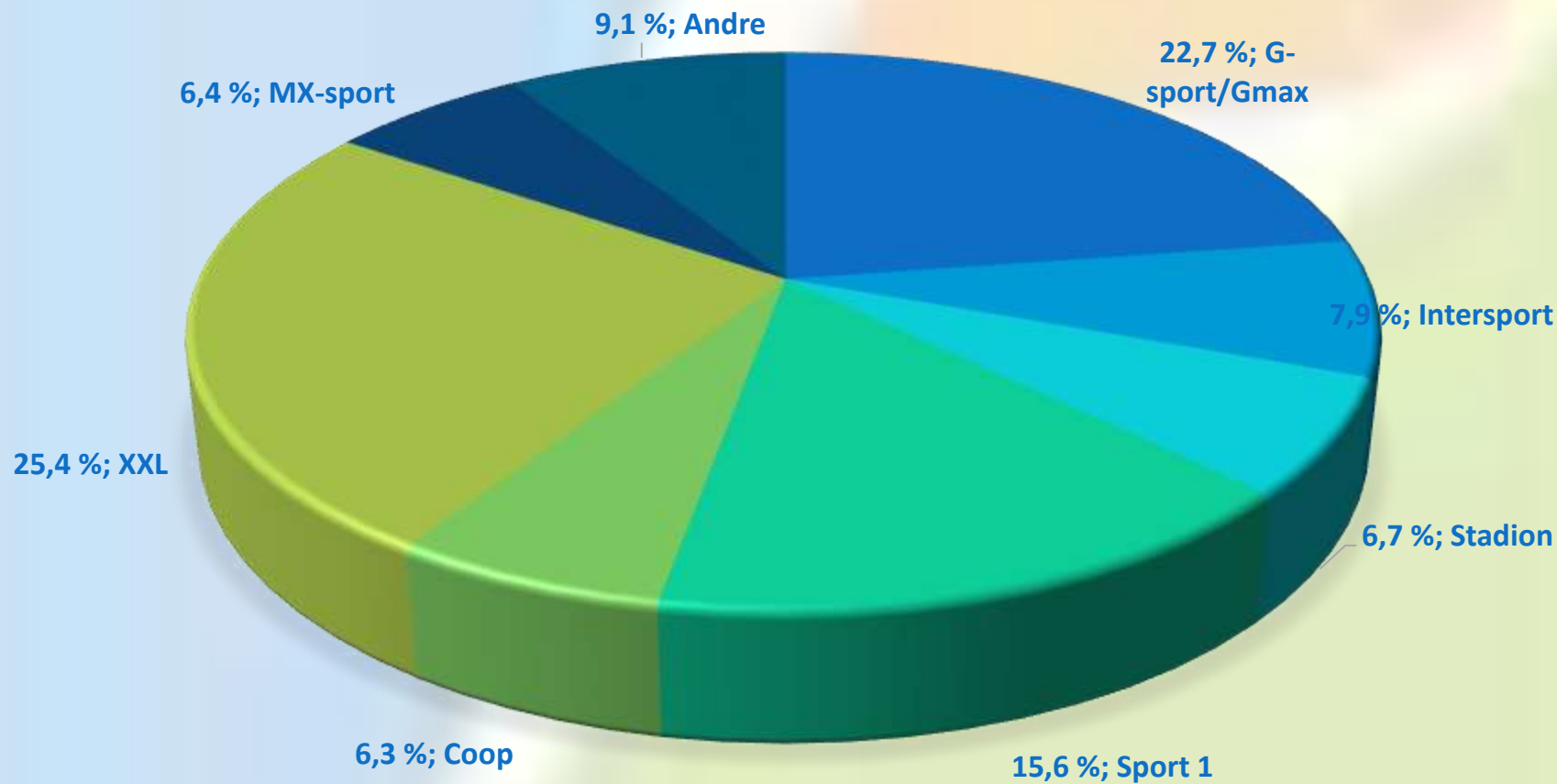
Omsetning pr kvartal sportskjedene



Tallgrunlaget inkluderer kun omsetning fra kjedebutikker

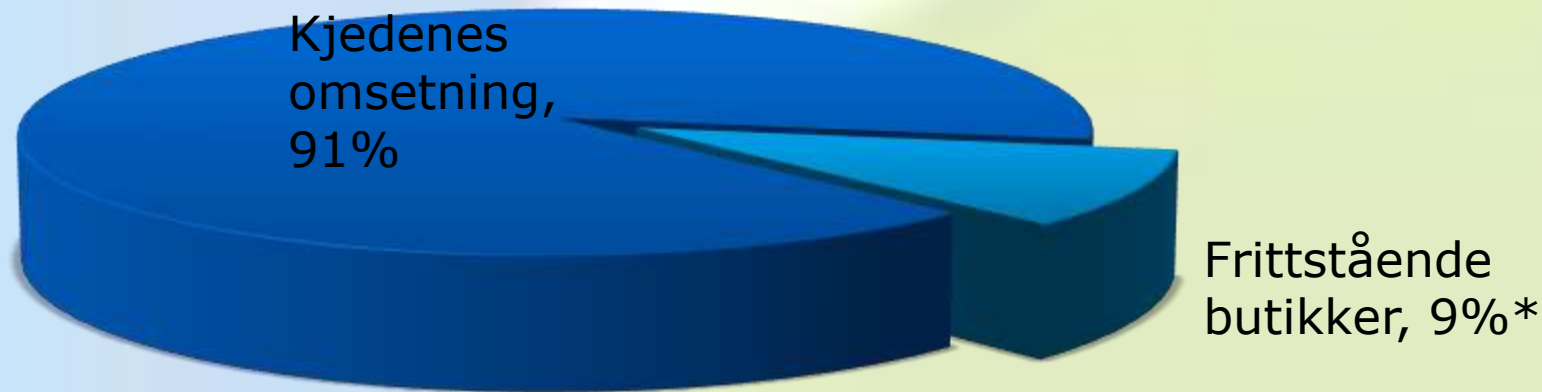
Sportskjedenes markedsandeler

MARKEDSANDELER PR KJEDE



Ingen andre land i verden har tilsvarende sterk kjedestruktur innen sport som Norge

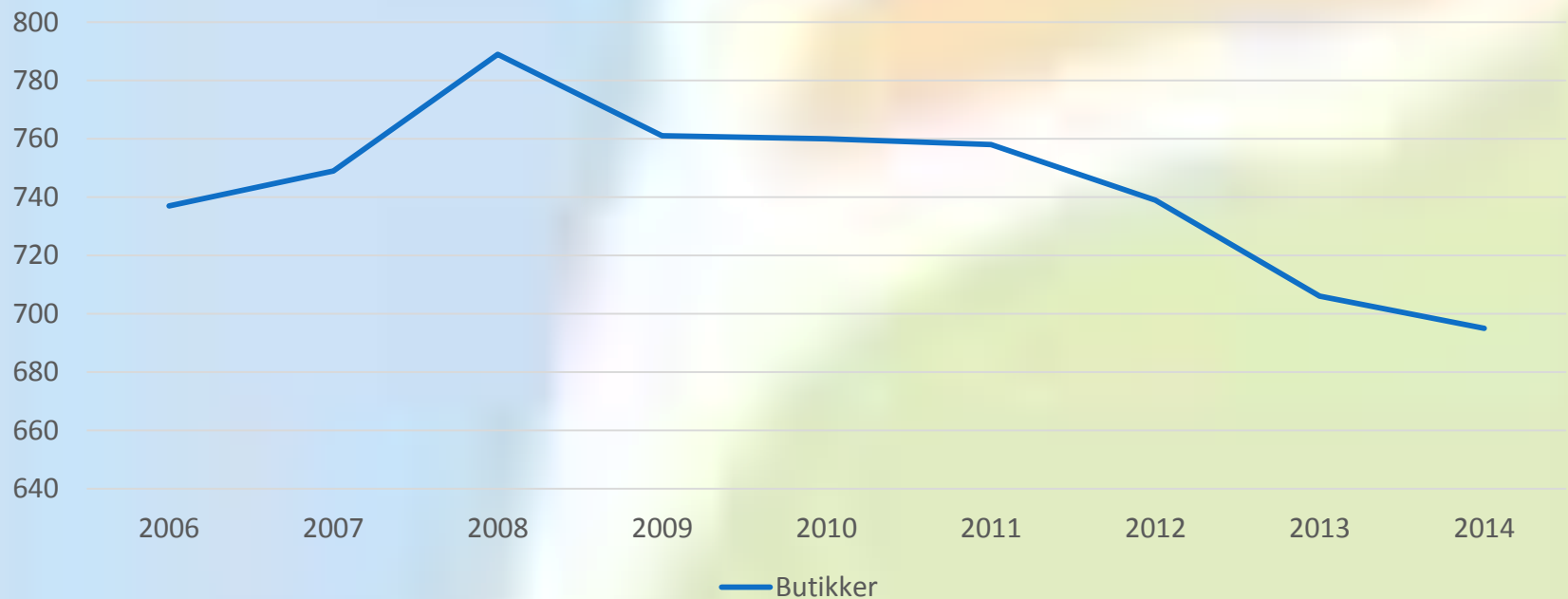
- Kjedenes står for 91% av bransjens omsetning



* Estimat gjort av Sportsbransjen AS

Ny nedgang i antall butikker

Antall butikker tilknyttet sportskjedene



Som tallene viser, var det høy nyetableringstakt frem til 2008. 2009 var et år preget av finanskrisen, som også preget norsk Sportsbransje. 2010 og 2011 var stabile i antall butikker, mens vi igjen så en nedgang i antall butikker i 2012, 2013 og 2014. Når omsetningen allikevel øker i bransjen, betyr det at det i snitt selges mer pr butikk. Etableringen av stormarkeder har nok hatt en betydelig innvirkning her.

Utviklingstrekk i Norsk sportsbransje

Det er fortsatt trendy å være sporty

- Stadig flere deltar i mosjonskonkurranser. Nordmenn ønsker å identifisere seg med en sporty livsstil.

Fallende priser

- Lav prisvekst i de fleste segmenter.
- Tøff priskonkurranse har antagelig ført til en nedgang i prisnivået.

Omsetningen øker fortsatt – mest på nettet

- Bransjen vokste med 5,2% i fjor. Det tilsvarer en økning på 650 mill NOK.
- Salg av sportsutstyr over internett øker. Vi har ikke sikre tall her, men veksten øker kraftigere på internett enn i butikk.

Fokus øker på fysisk aktivitet

- Vi ser at fokuset fra mange grupper i samfunnet øker på at folk skal holde seg fysisk aktive.
- Inaktivitet er i ferd med å bli et alvorlig folkehelseproblem.
- Regjeringen ser utfordringen, og vi ser tegn til endring.

En væravhengig bransje

- Bransjen er langt mer avhengig av været, enn av konjunktorendringer i økonomien
- En svak vinter i 2014 gjorde at første kvartal var svakt. En veldig god sommer gjorde at mange nordmenn valgte å legge sommerferien i norsk natur fremfor i utlandet. Det ga kraftig vekst i tredje kvartal.

Utviklingstrekk i Norsk sportsbransje - Leverandørleddet

Merkevarens betydning

- Sterke merkevarer har store markedsandeler. Norske merkevarer har god "standing".
- Nordmenn kjøper kjente merkevarer. Selv sterke internasjonale merkevarer sliter med å etablere seg i Norge pga nordmenns merkebevissthet.

Økende eksport

- Store og relativt store norske leverandører fortsetter fremgangen sin i utlandet med høyere eksport.
- Norske merkevarer har også god "standing" i utlandet. Norske produkter anses å være av høy kvalitet.

Lav kronekurs

- Mange leverandører tapte mye penger da kronekursen fikk et kraftig fall i 2014.
- Svært mange importerer varer i dollar.
- Priser til kjedene var allerede avtalt, og mange leverandører måtte ta kraftige tap på 2014 regnskapet.

Lave marginer

- Økt konkurranse presser marginbildet.
- Svake marginer kombinert med høy dollarkurs gjorde 2014 vanskelig.
- Det er naturlig å forvente økte priser i 2015 som følge av dollarkursen.

Etablering av egne brandstores

- Stadig flere leverandører etablerer egne brandstores, i direkte konkurranse med kjedene.

Utviklingstrekk i Norsk sportsbransje - Sportskjedene

Konkurransen

- Det har de siste årene blitt etablert flere stormarkeder på bekostning av tradisjonelle sportsbutikker
- Antallet butikk-konkurser har vært stabilt de siste 3 årene.
- Tøff konkurranse mellom kjedene. Mye prisfokus.

Økt volum, fallende priser

- Prisveksten har de siste åtte årene vært negativ, og siden omsetningen øker, betyr det at volumet på sportsprodukter har økt til dels betydelig. Forbrukeren får mer sportsutstyr for pengene enn noen gang.
- Det forventes prisøkning utover 2015 som følge av lav kronekurs.

Økt konkurranse fra klesbransjen

- Stadig flere kjeder innenfor klesbransjen satser på sports- og treningsklær. Sportsbransjen har i mange år tatt markedsandeler fra klesbransjen, men nå kan det virke som klesbransjen skal slå tilbake.

Internett vokser

- Salg over internett vokser kraftig. Mens veksten i butikkhandel ligger på ca 5,2%, antar vi at internetthandelen vokser med 15-20%.
- Virke antar at internetthandelen av sportsutstyr ligger på ca 2 mrd NOK. (tallene er noe usikre)

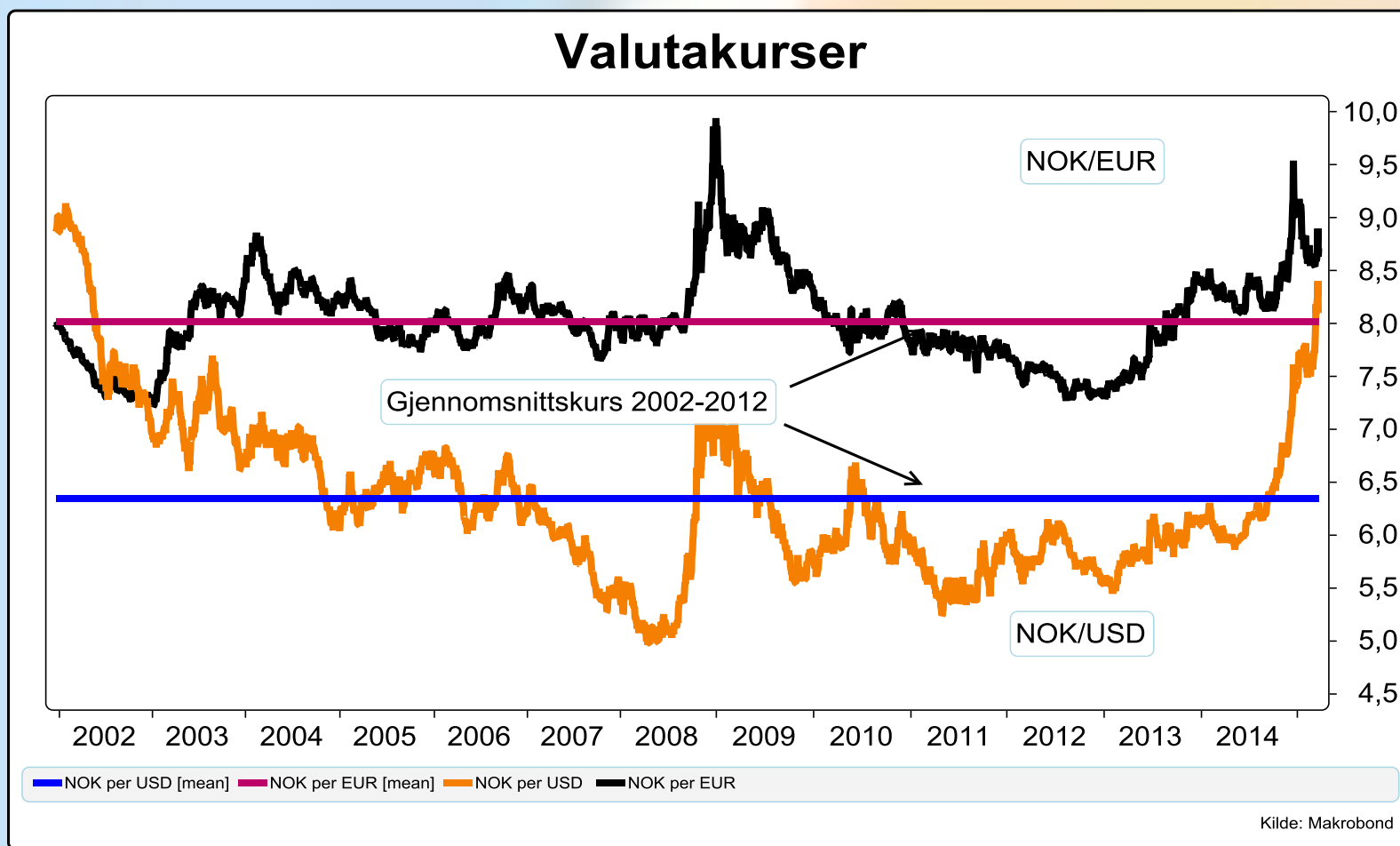
Innovasjon

- Det er en kraftig vekst i salg av service i sportsbutikkene. Dette kan f.eks. være prepping av ski, sykkel etc.
- Flere sportskjeder har etablert egne nettbutikker, og jobber stadig med nye konsepter for å møte konkurransen fra rene nettbutikker.

Politiske rammevilkår

- Regjeringen la frem sitt første egne statsbudsjett i 2014. Det var både positive og negative signaler for bransjen.
- Positivt: Redusert formueskatt, økt satsing på infrastruktur og endringer i arbeidsmiljøloven.
- Negativt: Økt momsfri import til 350 kr. Et helt håpløst vedtak som bidrar til å gjøre rammevilkårene vanskeligere for norsk handelsnæring. Vedtaket blir av mange sett på som det mest næringsfiendtlige vedtak noensinne. Norsk handel sliter allerede og regjeringen velger å vedta et forslag som gjør det vesentlig billigere å handle i utlandet enn å handle hjemme. I tillegg kommer forslag om å innføre plastposeavgift (som vi nå håper er skrinlagt), samt forslag om å innføre søndagsåpne butikker. Dersom forslaget om søndagsåpne butikker går gjennom, vil det være svært dårlig nytt for handelsnæringen som får høyere kostnader uten at det vil medføre økt salg. I tillegg til dette presenterte regjeringen svak satsning på folkehelse og utbygging av sykkelveier.

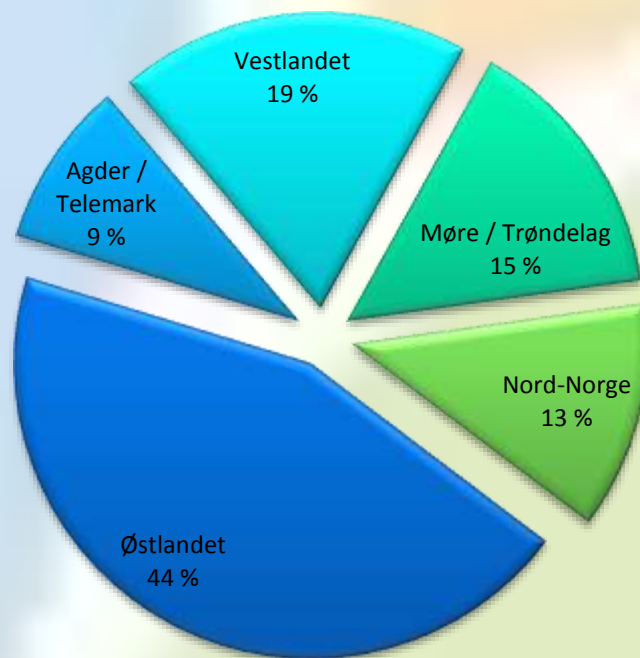
Dyrere å importere varer



Sportsbutikkens omsetning fordelt på landet

Kilde: Institutt for Bransjeanalyser. Tall pr 2013.

Sportsbutikker prosentvis fordelt på landsdeler



Sport i andre bransjer



- Hennes & Mauritz, Varner-gruppen m.fl satser kraftig på sportsklær
- Stadig flere nettbutikker, både Norske og internasjonale, selger en lang rekke sportsprodukter.
- Biltema selger mange sykler og andre sykkelrelaterte produkter
- Leketøysforretninger selger trehjulssykler, sparkesykler, skateboards og akebrett
- Europris, Clas Ohlson, Jula, etc selger en rekke ulike sportsartikler.
- Det er dessverre ikke mulig å finne ut hvor stor omsetningen er av sportsutstyr i andre bransjer

Internetthandel

Det finnes ikke nøyaktige tall for hvor mye sportsutstyr som handles over nett. Men vi antar at den totale netthandelen av sportsutstyr og sports- og fritidsbekledning ligger på ca 2 mrd i 2014. Anslaget er noe høyere enn vi tidligere har anslått. Vi har under sett litt på den totale utviklingen ved internetthandelen.

- 62% av nordmenn handler på nett hvert kvartal
 - Ca 40% av nordmenn handlet klær eller sko på nettet i 2014
 - Ca 18% av nordmenn 18-79 år handlet sportsutstyr på nett i 2014.
 - 57% av nordmenn handlet varer fra et utenlandsk nettsted i 2014. England, USA og Kina er de 3 største. 30% av beløpet vi netthandler for handles på utenlandske nettsteder. Annethvert av disse kjøpene var på under 200 kroner som var grensen for momsfri import i 2014.
 - Netthandelen utgjør 6% av all handel i Norge og utgjør ca 70 mrd NOK i 2014.
 - Av netthandelen utgjør kjøp av varer ca 30 mrd NOK. (Virke sier 27,5mrd. Postnord sier 32,7 mrd)
 - Netthandel i Norge økte med ca 16% i 2014.
 - Netthandelen forventes å øke med ca 15% i 2015.
 - I 2020 forventer NHO at netthandelen vil utgjøre 20% av all handel i Norge. (6% i dag)
 - Det er en trend at forbrukerne først sjekker varen på nett, og deretter går i butikk og handler.
 - Stadig flere bruker mobiltelefonen til å handle med på nettet.
 - Omnikanaler (samspill mellom nett og fysisk butikk) kommer for fullt.
-
- Kilder: NHO, Virke og Postnord

Segmenter - sykkel

- Det ble solgt omkring 410.000 sykler i 2014. Dette tallet er inkludert trehjulssykler og el-sykler. Det er en liten økning fra 2013. Det finnes dessverre ikke nøyaktig statistikk på salget, men importen har gått noe opp i følge SSB, og butikkene melder om litt vekst i salget.
- El-sykkel salget eksploderte i 2014. Mange butikker ble utsolgt, og kunne solgt langt flere. Vi antar at det ble solgt rundt 10.000 el-sykler i 2014. Det forventes at veksten fortsetter.
- Sykkelsalget mht antall enheter solgt, er relativt stabilt de siste årene, og det selges mange sykler i Norge sett i sammenheng med antall innbyggere.
- Norge er uansett et u-land mht tilrettelagte forhold for sykling, og i både Sverige og Danmark er andelene syklende til arbeid / skole langt høyere enn i Norge.
- Regjeringen har i Nasjonal Transportplan satt seg mål om en kraftig økning i andelen nordmenn som skal bruke sykkel til transport. Skal dette målet nås, må bygging av sykkelveier prioriteres høyere.
- På samme måte som el-biler er fritatt for moms, burde dette også gjelde el-sykler. Det ville bidratt til at flere valgte el-sykkel fremfor bil.

Segmenter - ski

- 2014 var preget av en dårlig vinter for langrennsfolket. Snømangel og varme i mange områder, gjorde det umulig å gå på ski. Dette resulterte i en nedgang i antall solgte langrennsski.
- Det var imidlertid bra med snø i fjellet, noe som resulterte i at alpinski ikke hadde så stor nedgang som langrenn.
- Bransjen ser en positiv utvikling innen randonee-segmentet, der salget øker. Også andre topptur-relaterte produkter øker.
- Vi ser også at salget av alpinski til barn øker. Dette er gledelig, med tanke på fremtiden. Salget av alpinski til voksne falt i 2014.
- Det er vanskelig å estimere hvor mange par ski som er solgt i Norge. Vi antar at det ble solgt om lag 330.000 par langrennsski og om lag 100.000 par alpinski. Dette er litt ned fra 2013. Det er kun Russland som selger flere par langrennsski enn Norge. Norge står for ca 20% av alt salget av langrennsski på verdensbasis.
- Snø på sentrale Østlandet er svært viktig for salget av ski og omsetning totalt innen vintersportssegmentet, og er nok av større betydning enn uro i finansmarkedet.

Segmenter - tekstil og sko

- Basert på samtaler med sportskjedene er det bra vekst innen sko- og tekstilsegmentet.
- Både løpesko og fritidssko øker kraftig.
- Sko- og tekstilsegmentet står for omkring 55 % av totalomsetningen i sportsfaghandelen.
- Sportsbransjen tar markedsandeler fra sko- og tekstilbransjen. Mange klesbutikker satser nå tyngre på sportsklær, og vil utgjøre en sterkere konkurrent fremover.
- Det er fortsatt trendy å være sporty, og mannen på gata kler seg gjerne i klær fra sportsbutikker – også til hverdags.

Sportsbransjen 2015 – hvor går vi?

- Sportsbransjen AS tror at bransjen vil fortsette å vokse noe, og antar en vekst på omkring 4 prosent.
- Antagelsen avhenger i relativt stor grad av været. Januar og februar 2015 var gode måneder, og bransjen melder om kraftig vekst i årets to første måneder.
- Den svake kronekursen gjør at det er dyrere å importere varer til Norge. Dette gjør at vi må forvente en prisvekst gjennom 2015. Dette kan påvirke salget negativt.
- Regjeringens heving av grensen for moms- og tollfri import til 350 kroner, må antas også å påvirke salget i Norske sportsbutikker negativt.
- Dersom regjeringen vedtar å innføre søndagsåpne butikker, vil dette øke kostnadene til norske sportsbutikker, uten at vi kan regne med noen særlig økning i salget. Dette kan igjen medføre en økning av prisene.
- Myndighetenes vilje til å legge til rette for mer fysisk aktivitet vil være avgjørende for utviklingen av folkehelsa. Stillesitting og mangel på fysisk aktivitet er for alvor i ferd med å bli et folkehelseproblem. Generell tilrettelegging for økt aktivitet, spesielt blant barn og unge, er av avgjørende betydning for om aktiviteten faktisk øker. Vi ser f.eks. i Drammensregionen hvor samtlige skoler nå innfører daglig fysisk aktivitet på skolen. Dette er et veldig spennende prosjekt som vi håper flere kommuner kopierer.
- Økt aktivitet generer mer salg av sportsutstyr.



Sportsbransjen og samfunnsansvar

- Bransjen er i stor grad opptatt av etisk handel. Det meste som produseres i bransjen, produseres i Kina og andre land i det fjerne Østen. Det er også noe vekst i produksjonen i Øst-Europa.
- En lang rekke selskaper i bransjen er medlemmer i Initiativ for Etisk Handel, og har tatt tydelig standpunkt mht etisk handel. En lang rekke selskaper som ikke er medlem i IEH, jobber også like aktivt med etisk handel.
- Stadig flere rapporterer til "Grønt punkt".
- CSR står stadig høyere på agendaen i bransjen
- Sportsbransjen AS har medlemskap i IEH og samarbeidsavtale med Grønt Punkt, samt at vi jobber videre med et overordnet etikk- og miljøfokus for bransjen.
- Sportsbransjen ga i 2014 en lastebilcontainer med sportsutstyr til en organisasjon som fremmer fysisk aktivitet i befolkningen. Det kom inn over 100 nominasjoner, og det var Tolga idrettslag som til slutt stakk av med premien.