

Analyse av Merkurbutikkernes omsetning i 2014



Oktober 2015

Utarbeidet av Institutt for bransjeanalyser AS

Forord

Med utgangspunkt i et butikkregister for dagligvarebutikker lokalisert i distrikts-Norge har Institutt for bransjeanalyser (IBA) gjennomført årlige analyser med sikte på å kunne dokumentere omsetning og omsetningsutvikling for butikker tilsluttet Merkur-programmet. Butikkene som inngår i Distriktsbutikkregisteret, er basert på IBA's definisjoner og vurdering av om disse bør ses på som en distriktsbutikk. I samarbeid med Merkurs sekretariat er butikkregisteret kodet med de av butikkene som er knyttet til Merkur-programmet. Ved gjennomføring av årets analyse av omsetning og omsetningsutvikling er det gjennomført en oppdatering av status til butikkene i Distriktsbutikkregisteret noe som har ført til et redusert antall butikker både totalt og med koding som Merkurbutikker.

Analysene av omsetningen i denne rapporten bygger på omsetningstall innhentet fra Statistisk sentralbyrå. Gjennom analysen tas det sikte på å vise omsetningsutviklingen for Merkurbutikkene årlig og inndelt i terminer. Analysen skal også vise Merkurbutikkens omsetning og omsetningsutvikling fordelt på fylker og landsdeler og en sammenligning med nivået for distriktsbutikkene totalt, distriktsbutikker som ikke deltar i Merkur-programmet og for dagligvarebutikkene.

Årets analyse og rapporten om omsetning og omsetningsutvikling er utarbeidet av undertegnede.

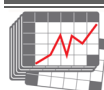
Oslo, oktober 2015

Institutt for bransjeanalyser

Per Gunnar Rasmussen
forskningsleder

Innhold

Forord	2
1. Hovedresultater	4
2. Rapportens oppbygging	6
2.1. Distriktsbutikkregisteret	6
2.2. Analysens bakgrunnsdata og definisjoner	7
3. Strukturstørrelser for distriktsbutikker i Norge	8
3.1. Antallet butikker	8
3.2. Distriktsbutikkens gjennomsnittsomsetning	10
4. Omsetning og omsetningsutvikling for distriktsbutikkene	11
5. Nærmere om omsetning og omsetningsutvikling for Merkur-butikkene	15
5.1. Faktisk omsetning og omsetningsutvikling	15
5.2. Organisk omsetning og omsetningsutvikling for Merkurbutikkene	16
6. Merkurbutikkens omsetningsutvikling i fylker og landsdeler 2013	19
6.1. Faktisk utvikling i fylker og landsdeler	19
6.2. Organisk omsetningsutvikling i fylker og landsdeler	20
7. Nærmere om utvikling i de enkelte landsdeler	21
7.1. Østlandet	21
7.2. Agder/Telemark	23
7.3. Vestlandet	25
7.4. Møre/Trøndelag	27
7.5. Nord-Norge	29



1. Hovedresultater

- Analysen for 2014 omfatter 561 Merkurbutikker og 948 distriktsbutikker definert som aktive butikker. Merkurbutikkernes andel av antallet distriktsbutikker var 59,2 prosent i 2014.
- Analysen av organisk omsetningsutvikling er basert på omsetningsdata fra 511 Merkurbutikker og 877 distriktsbutikker.
- Nord-Norge og Vestlandet har til sammen halvparten av landets distriktsbutikker. 37 prosent av dagligvarebutikkene i Nord-Norge er definert som distriktsbutikk, mens distriktsbutikkene representerer kun 10 prosent av dagligvarebutikkene på Østlandet.
- Nordland fylke hadde i 2014 flest distriktsbutikker med 116, og også flest butikker tilknyttet Merkur-programmet med 72 butikker.
- 83,9 prosent av distriktsbutikkene i Telemark deltok i Merkur-programmet i 2014. I landsdelen Agder/Telemark var 81,2 prosent av distriktsbutikkene definert som Merkurbutikk, mens andelen for Merkurbutikker var kun 41,8 prosent i landsdel Møre/Trøndelag.
- Distriktsbutikkene i Norge hadde i 2014 en omsetning på 11 170 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Dette var 7 prosent av dagligvarebutikkernes omsetning. Merkur-butikkernes omsetning var 4 685 millioner. Dette var 41,9 prosent av distriktsbutikkernes omsetning og 3,0 prosent av dagligvarebutikkernes samlede omsetning.
- Gjennomsnittsomsetningen for Merkurbutikkene var 8,35 millioner eksklusive merverdiavgift i 2014. Distriktsbutikkernes gjennomsnittsomsetning var til sammenligning 11,17 millioner mens omsetningen for de av distriktsbutikkene som ikke var med i Merkur-programmet, var 16,76 millioner.
- I gjennomsnitt øket Merkurbutikkene omsetningen med 5,0 prosent i 2014, mens veksten for distriktsbutikker var 4,9 prosent. Omsetningsøkningen for de av distriktsbutikkene som ikke var med i Merkur-programmet var 4,8 prosent, mens omsetningen for dagligvarebutikkene øket med 4,7 prosent i 2014. Disse veksttall for omsetning i 2014 var langt høyere enn nivået i de foregående år.
- Butikkene i Merkur-programmet har hatt en bedre gjennomsnittlig prosentvis omsetningsvekst enn distriktsbutikkene i alle år etter 2008. Dette må kunne tilskrives et systematisk arbeid gjennom programmet med iverksetting av tiltak som kan bidra til økning av butikkernes omsetning og derved en styrket økonomi for butikkene.
- Organisk vekst for Merkurbutikkene var 5,4 prosent i 2014, mens den var 5,3 prosent for distriktsbutikkene totalt og også for de av distriktsbutikkene som ikke var deltakere i Merkur-programmet. Også for organisk vekst viste analysen gode resultater for Merkur-butikkene.
- Av distriktsbutikkene var det Merkurbutikkene som hadde sterkest prosentvis vekst i omsetningen i terminene i første halvår av 2014. Prosentendringen av omsetningen i siste termin var den svakeste av årets terminer for alle grupper av dagligvarebutikker. En

Analyse av Merkurbutikkernes omsetning 2014

sterk omsetningsvekst ved julehandelen i 2013 forklarer noe av denne variasjon i omsetningsutviklingen.

- 22,2 prosent av Merkurbutikkernes omsetning var i 2014 i 4. termin, dvs. juli og august eller sommerhandelen, mens termin 1, januar og februar, hadde i gjennomsnitt 13,1 prosent av årets omsetning. Terminomsetningen for dagligvarebutikkene viste til sammenligning en omsetningsandel i 4. termin på 17,2 prosent. Termin 6 hadde størst omsetningsandel for dagligvarehandelen med 17,9 prosent, mens andelen for Merkurbutikkene var kun 15,9 prosent.
- Merkurbutikkene på Vestlandet øket i 2014 omsetningen med 7,3 prosent. Av landsdelene var det butikkene i Nord-Norge som hadde lavest omsetningsvekst med 2,6 prosent.
- Av fylkene var det Sogn og Fjordane, Buskerud og Hedmark som hadde størst prosentvis vekst for Merkurbutikkene. I Finnmark var det en betydelig nedgang i omsetningen, mens fylkene Troms, Aust-Agder og Nord-Trøndelag hadde svake veksttall for omsetningen.
- Analysen av organisk omsetningsutvikling viste imidlertid at det at det var omsetningsvekst for Merkurbutikkene i alle fylker. Sterkest var veksten i Hedmark, Rogaland, Nord-Trøndelag og Nordland, mens det var Merkurbutikkene i Finnmark som hadde den laveste organiske omsetningsvekst.
- I rapportens statistikker over omsetning og omsetningsutvikling i landsdelene og fylkene hvor det også vises tall for terminene, fremgår det at det har vært store variasjoner i utviklingen i 2014. Disse ulikheter er i mindre grad enn tidligere bestemt av endringer i butikkantallet. Derimot ser det ut til at vær og turisthandel har hatt stor innvirkning på omsetningsutviklingen. En annen faktor synes å være en svakere omsetningsutvikling for Merkurbutikkene rundt jul og nyttår.
- Sommeromsetningen, dvs. termin 3 og 4, var i 2014 spesielt svak for Merkurbutikkene i fylkene Finnmark, Troms, Aust-Agder, Vest-Agder og Oppland. Fylkene Sogn og Fjordane og Nordland kunne imidlertid vise til stor prosentvis omsetningsvekst for Merkurbutikkene i disse terminer.
- Julehandelen, definert som omsetningen i 6. termin, var spesielt svak i fylkene Finnmark, Troms, Aust-Agder og Nord-Trøndelag, mens Merkurbutikkene i Sogn og Fjordane kunne vise til stor vekst også i denne del av året.

2. Rapportens oppbygging

2.1. Distriktsbutikkregisteret

Institutt for bransjeanalyser etablerte i 2005 et register over distriktsbutikker. Siktemålet var å kunne utarbeide god statistikk for disse butikker. Registeret inngår i dag som et av butikkregistrene som administreres av Andhøy-registrene og oppdateres jevnlig i et samarbeid med Merkurs sekretariat.

Distriktsbutikkregisteret omfatter i dag vel 1000 butikker og inneholder blant annet informasjon som muliggjør kobling til Bedrifts- og foretaksregisteret (BoF) hos Statistisk sentralbyrå (SSB). BoF blir periodisk oppdatert med omsetningsopplysninger fra Skattedirektoratet. Koblingen mellom de to registrene muliggjør fremstilling av statistikk over omsetningsutviklingen.

Registeret omfatter to butikkgrupperinger: Merkur-butikker og øvrige distriktsbutikker.

Merkur-butikkregisteret inneholder informasjon om Merkurbutikker. En Merkurbutikk er en butikk som har tilknytning til Merkur-programmet. Med tilknytning menes at butikkens eier/driver er/har vært med i programmet, eller at dette er en butikk konsulentene er i dialog med, selv om den ikke pr. d.d. har deltatt aktivt i programmet. Registeret gir blant annet informasjon om butikkens beliggenhet, kjedetilknypning og omfanget av tilleggstjenester.

Registeret over øvrige distriktsbutikker er utviklet ved manuell identifisering av dagligvarebutikker over hele landet. Registeret omfatter butikker som i utgangspunktet er eneste dagligvarebutikk lokalisert i markedsområder hvor denne butikken er det naturlige sted for kunden for anskaffelse av dagligvarer. Kriterier som benyttes ved fastlegging av distriktsbutikker er:

- Dagligvarebutikk, dvs butikker registrert med næringskode 47.111 i Statistisk sentralbyrå
- Helårsdrift
- Fullverdig dagligvaresortiment
- Siste dagligvarebutikk i ei bygd eller i et avgrenset geografisk område
- Beliggenhet i god avstand fra større byer
- Andre subjektive vurderinger ut i fra butikkens beliggenhet, driftsform, størrelse og konkurransesituasjon

Også denne delen av distriktsbutikkregisteret inneholder enkelte tilleggsinformasjoner som er verdifulle ved analyser av strukturen for disse butikker.

2.2. Analysens bakgrunnsdata og definisjoner

Analysen baseres på tall fra Statistisk sentralbyrå over antallet butikker og faktisk og organisk terminvis omsetning for årene 2008 – 2014 for landet totalt og med fordeling på landets fylker. Alle omsetningsstørrelser er eksklusive merverdiavgift.

Faktisk omsetning er omsetningstall for alle aktive butikker i perioden, uavhengig om de hadde omsetning i tilsvarende periode i foregående år.

Organisk (sammenlignbar) omsetning er omsetning kun for de butikker som var aktive både i 2014 og i de tidligere år i analysen.

Med aktive mener vi at butikkene har hatt en omsetning større enn null. Butikker som kun er aktive i momsregisteret, uten faktisk omsetning, er ikke med i analysen.

Med utgangspunkt i omsetningstallene for terminer og på årsbasis er det beregnet omsetningsutviklingen for de enkelte år. Merkurbutikkens omsetningsutvikling er videre sammenlignet med tall for landets distriktsbutikker og for alle dagligvarebutikker. Omsetningstall for dagligvarebutikkene er hentet fra SSB's terminvise omsetningsstatistikk for næringsgruppe 47.111 og er således kun basert på faktisk omsetning.

Analysen viser beregninger av omsetning og omsetningsutvikling for Merkurbutikker, distriktsbutikker og dagligvarebutikker. I tillegg er det gjennomført enkelte analyser hvor Merkurbutikkene sammenlignes med de av distriktsbutikkene som ikke er med i Merkurprogrammet.

Den geografiske inndeling er følgende:

- Fylker i landsdelene. På grunn av et fåtall Merkurbutikker er fylkene Vestfold, Østfold og Akershus slått sammen til en gruppe. Oslo har ikke distriktsbutikker.
- 5 landsdeler (Østlandet, Agder/Telemark, Vestlandet, Møre/Trøndelag og Nord-Norge).
- Norge

3. Strukturstørrelser for distriktsbutikker i Norge

3.1. Antallet butikker

I 2014 var det registrert 948 distriktsbutikker med omsetning i hele eller deler av året. Av disse var det 561 butikker som var tilknyttet Merkur-programmet. Antallet butikker i årets undersøkelse er lavere enn i 2013. Dette skyldes en oppdatering av registrene med bortfall av butikker på grunn av endring av status som distriktsbutikk og en del nedlegginger. 21 prosent eller om lag hver femte dagligvarebutikk er av IBA definert som distriktsbutikk.

Tabell 1: Distriktsbutikker og Merkurbutikker i analysen 2014

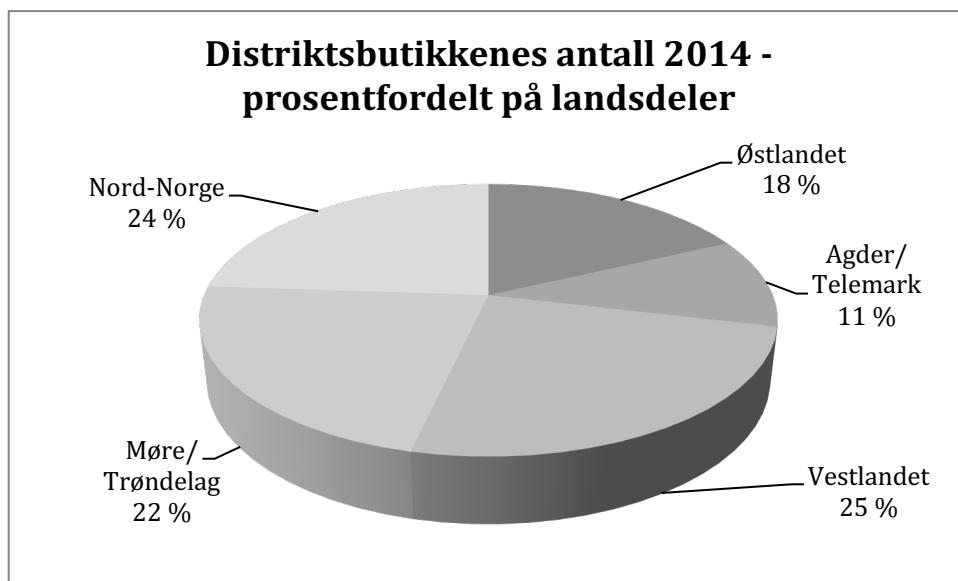
	Merkur-butikk	Distriktsbutikk	Andel Merkur
Østfold og Vestfold	4	16	25,0
Akershus og Oslo	3	14	21,4
Hedmark	27	51	52,9
Oppland	48	60	80,0
Buskerud	9	30	30,0
Telemark	26	31	83,9
Aust-Agder	27	33	81,8
Vest-Agder	29	37	78,4
Rogaland	49	65	75,4
Hordaland	59	93	63,4
Sogn og Fjordane	45	78	57,7
Møre og Romsdal	37	102	36,3
Sør-Trøndelag	24	58	41,4
Nord-Trøndelag	28	53	52,8
Nordland	72	116	62,1
Troms	42	71	59,2
Finnmark	32	40	80,0
Norge	561	948	59,2

Figur 1 viser at det er flest Merkurbutikker i fylkene Nordland med 72 butikker og i Hordaland med 59 butikker. Nordland og Møre og Romsdal hadde over 100 distriktsbutikker i 2014. 59,2 prosent av distriktsbutikkene var i 2014 definert som en Merkurbutikk. I 2008 var tilsvarende andel Merkurbutikker 52,2 prosent, og andelen vært økende i de etterfølgende år.

Andelen av distriktsbutikker med tilknytning til Merkur-programmet er høyest i Telemark, Agder-fylkene og i Finnmark og Oppland. Naturlig nok er det fylkene rundt Oslofjorden som har lavest antall Merkurbutikker og distriktsbutikker. Andelen Merkurbutikker målt i forhold til distriktsbutikker og også lavest i disse fylker. Blant de øvrige fylker skiller Møre og

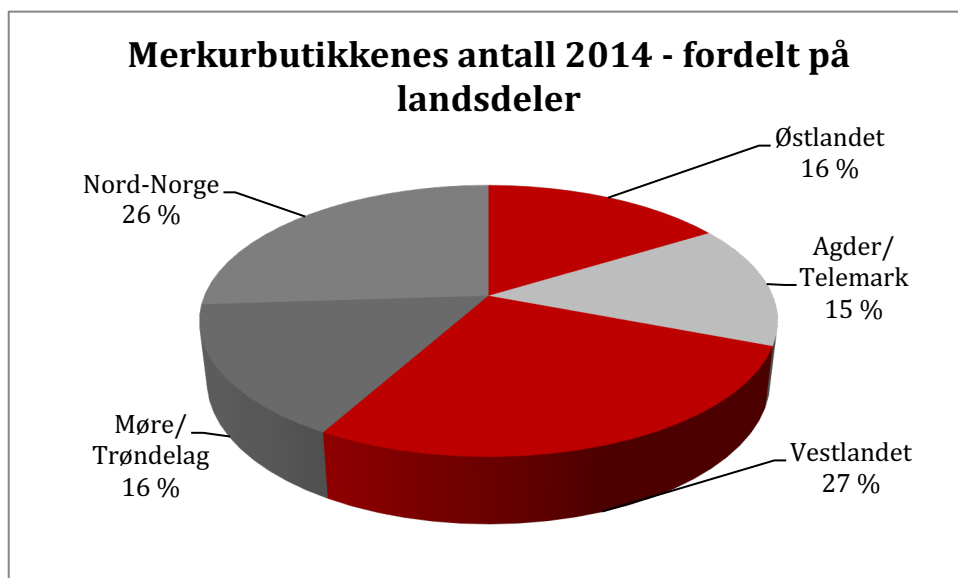
Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

Romsdal og Sør-Trøndelag seg ut med lave andeler av Merkurbutikker blant fylkenes store antall distriktsbutikker.



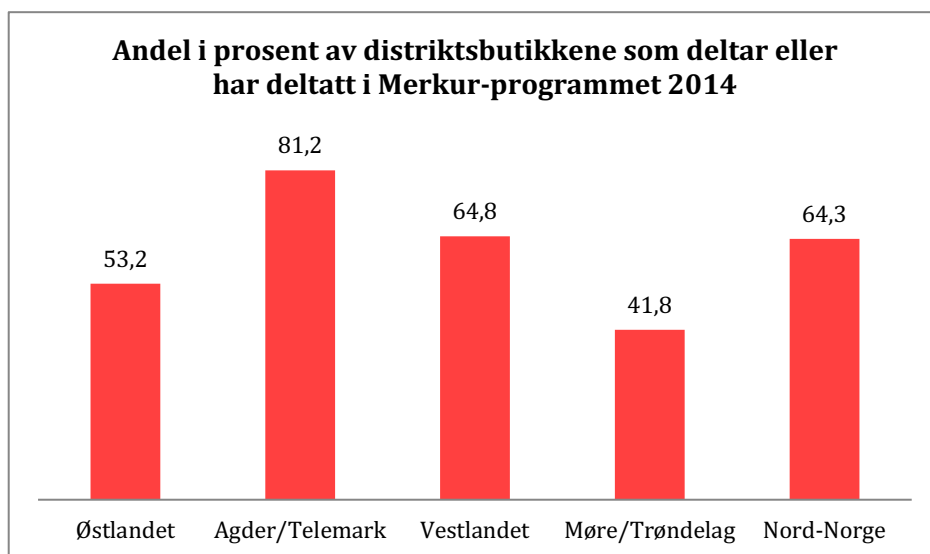
Figur 1 (Kilde: IBA)

Figur 1 viser distriktsbutikkene i undersøkelsen 2014 fordelt på landsdeler. Landsdelene Vestlandet og Nord-Norge har til sammen ca. halvparten av landets distriktsbutikker. I Nord-Norge er 37 prosent av dagligvarebutikkene definert som en distriktsbutikk, i Møre/Trøndelag er 30 prosent av dagligvarebutikkene en distriktsbutikk, mens det på Østlandet er i underkant av 10 prosent distriktsbutikker blant dagligvarebutikkene.



Figur 2 (Kilde: IBA)

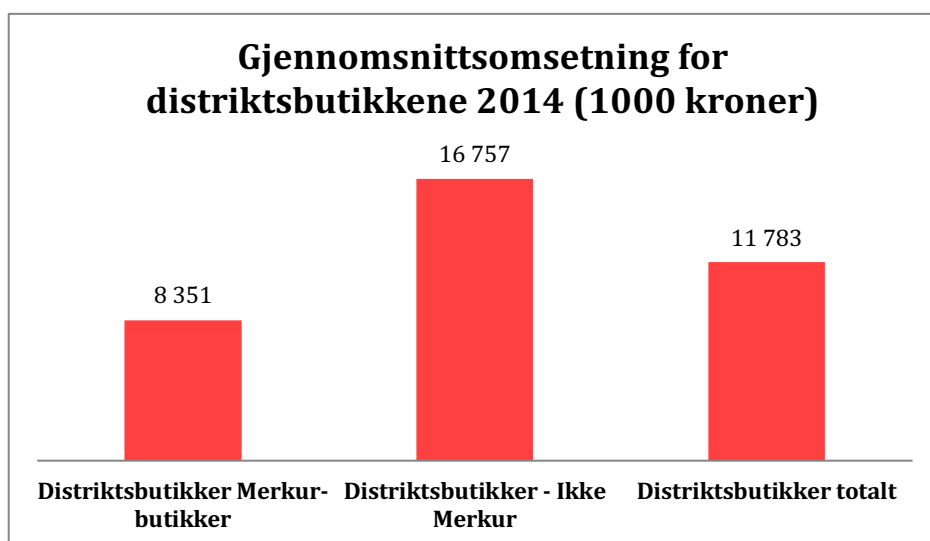
Figur 2 viser antallet Merkurbutikker i prosent fordelt på landsdelene. I Agder/Telemark, på Vestlandet og i Nord-Norge er andelen Merkurbutikker større enn andelen distriktsbutikker, mens det er en langt lavere andel Merkurbutikker blant distriktsbutikkene i Møre/Trøndelag og en litt lavere andel på Østlandet.



Figur 3 (Kilde: IBA)

Figur 3 viser andelen Merkur-butikker i prosent av antallet distriktsbutikker i landsdelene. I Agder/Telemark er mer enn 4 av 5 distriktsbutikker tilsluttet Merkur-programmet. I landsdel Møre/Trøndelag er derimot kun 41,8 prosent av distriktsbutikkene en Merkurbutikk.

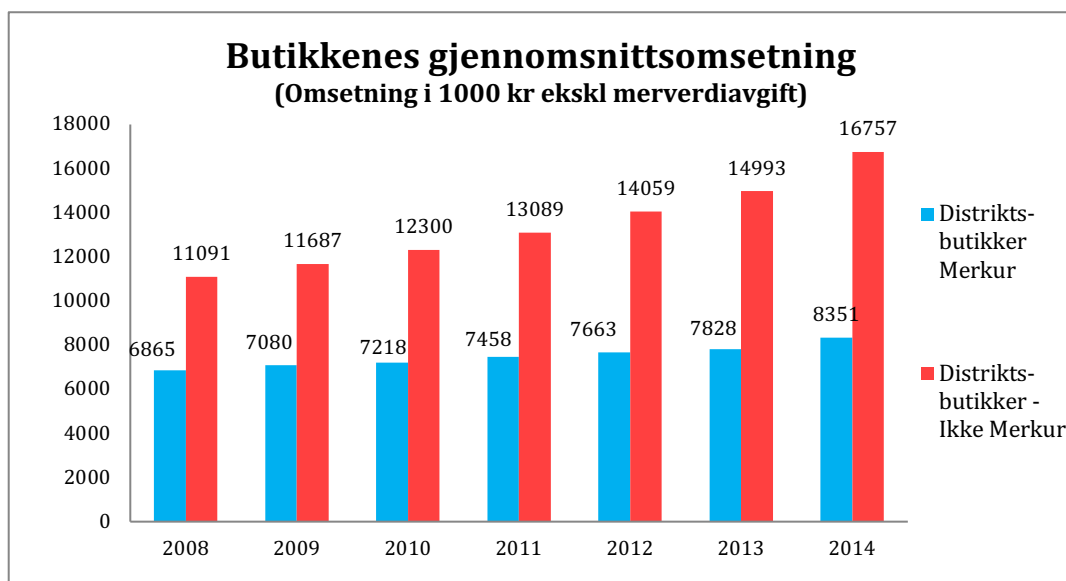
3.2. Distriktsbutikkens gjennomsnittsomsetning



Figur 4 (Kilde IBA)

Figur 4 viser forskjellene i gjennomsnittsstørrelse blant distriktsbutikker tilsluttet Merkur-programmet og de som ikke deltar i dette. I 2014 var gjennomsnittsomsetningen for distriktsbutikkene vel 41 prosent høyere enn gjennomsnittet for butikkene i Merkur-programmet, mens gjennomsnittsomsetningen for de av distriktsbutikkene som ikke var Merkurbutikker var dobbelt så stor.

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

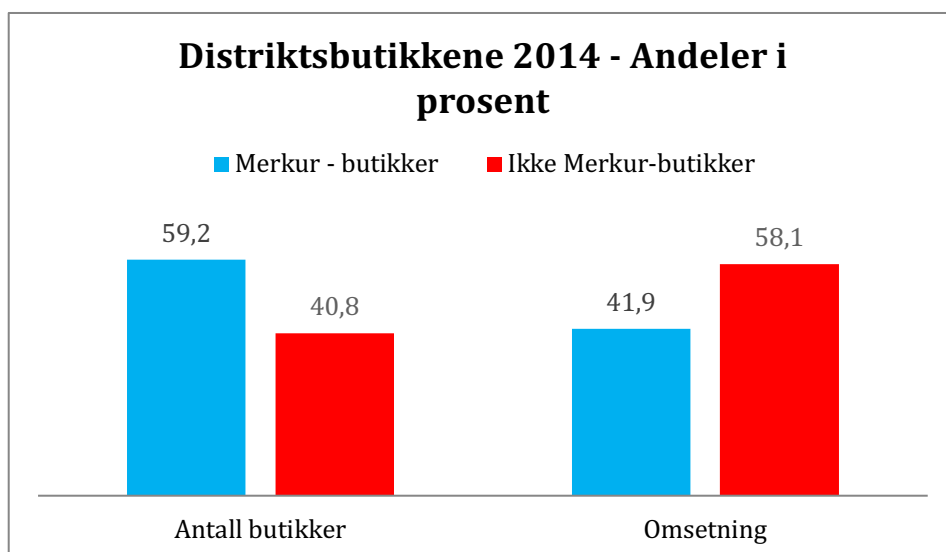


Figur 5 (Kilde: IBA)

Figur 5 viser endring i gjennomsnittsomsetningen i perioden 2008 til 2014 for Merkurbutikkene og for distriktsbutikker uten tilknytning til Merkur-programmet. Av figuren fremgår at gjennomsnittsomsetningen har hatt størst økning for distriktsbutikkene som ikke deltar i programmet. Dette kan først og fremst forklares med at denne gruppen av distriktsbutikker har hatt bortfall av butikker med lav omsetning og i tillegg at en del butikker med omsetning under gjennomsnittet er blitt med som deltakere i Merkur-programmet.

4. Omsetning og omsetningsutvikling for distriktsbutikkene

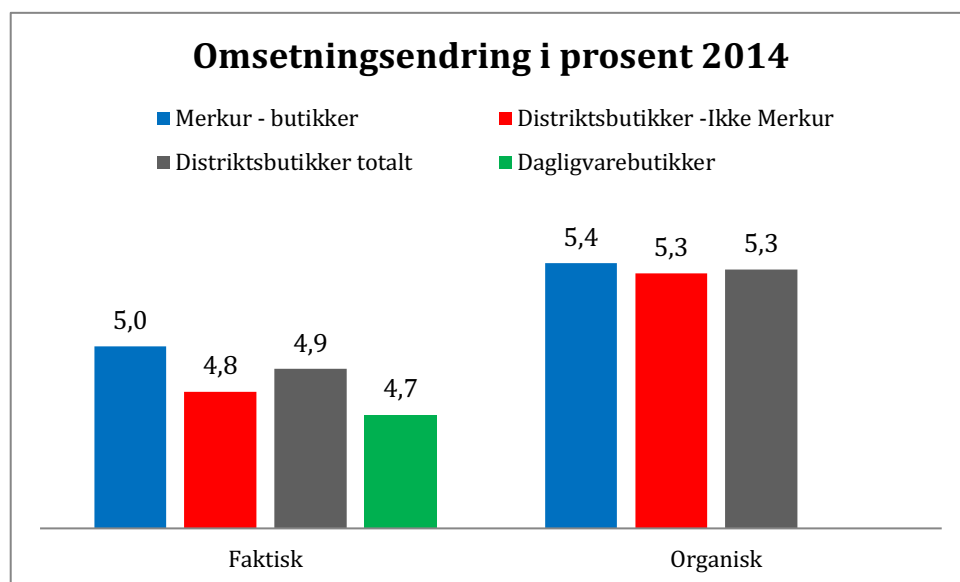
De 948 distriktsbutikker som inngikk i omsetningsanalysen for 2014, hadde en samlet omsetning på 11 170 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Dette var 7,0 prosent av dagligvarebutikkens omsetning i 2014. Merkurbutikkens omsetning var 4 685 millioner. Dette tilsvarte 41,9 prosent av distriktsbutikkens omsetning.



Figur 6 (Kilde: IBA)

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

Figur 6 viser Merkurbutikkens andeler av antallet distriktsbutikker og av distriktsbutikkens omsetning sammenlignet med andelene for de distriktsbutikker som ikke var tilsluttet Merkur-programmet i 2014. 59,2 prosent av distriktsbutikkene i 2014 var Merkurbutikker. Disse butikker hadde 41,9 prosent av distriktsbutikkens omsetning. De av distriktsbutikkene som ikke var med i Merkur-programmet, representerte 40,8 prosent av antallet distriktsbutikker og sto for 58,1 prosent av omsetningen.



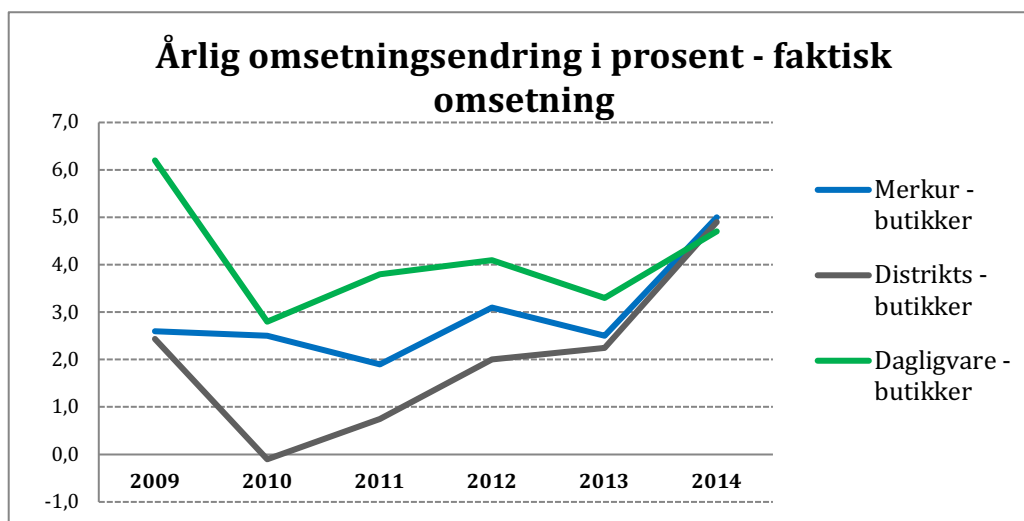
Figur 7 (Kilde SSB/IBA)

Figur 7 viser omsetningsutviklingen i 2014 for distriktsbutikkene sammenlignet med gjennomsnittet for dagligvarebutikkene. Organisk omsetningsendring er omsetningsendringen i 2014 for de av butikkene hvor det er registrert omsetning i alle år i analyseperioden 2008 – 2014. Dette omfatter 877 distriktsbutikker og derav 511 Merkurbutikker. For dagligvarebutikkene (Nace 47.111) foreligger det ikke beregninger som viser organisk omsetningsutvikling.

2014 var som vist i figur 7, et år med høy prosentvis gjennomsnittlig omsetningsvekst for dagligvarebutikker og også for distriktsbutikkene. Av distriktsbutikkene har Merkurbutikkene hatt best omsetningsutvikling både faktisk og organisk, selv om forskjellene i den gjennomsnittlige veksttakt er svært små for de viste grupperinger.

Analysen av omsetningen og omsetningsutviklingen i 2014 viser at det var til dels store ulikheter i gjennomsnittstallene for fylkene og landsdelene. Dette vil bli vist gjennom statistikker i senere kapitler i denne årsrapport.

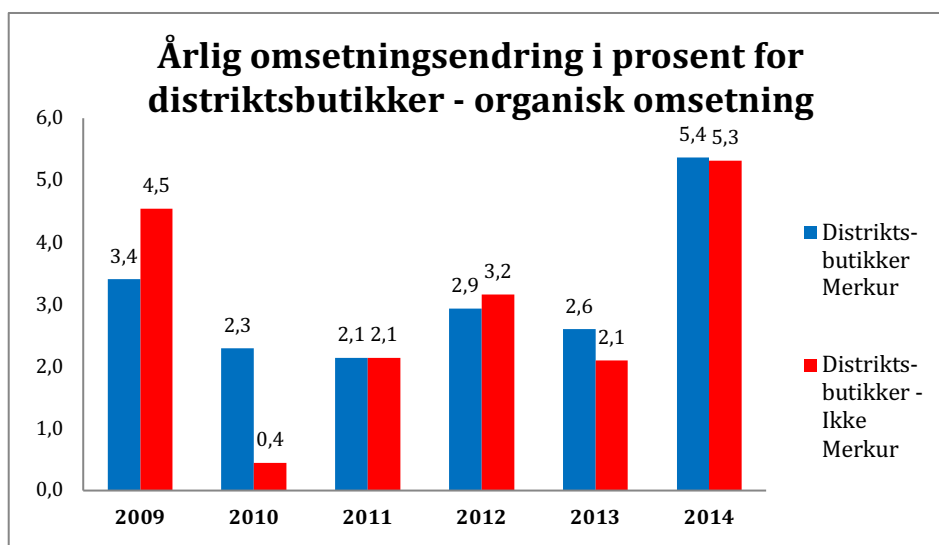
Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014



Figur 8 (Kilde: SSB/IBA)

Figur 8 viser årlig faktisk omsetningsendring i prosent for dagligvarebutikkene, distriktsbutikkene totalt og for Merkurbutikkene for årene fra 2008 til 2014. Veksten på 5,0 prosent for Merkurbutikkene i 2014 er den største gjennomsnittlige vekst i analyseperioden. Denne vekst ble oppnådd med 561 butikker både i 2013 og i 2014. Distriktsbutikkens faktiske omsetningsvekst i 2014 var 4,9 prosent beregnet ut fra 4 færre butikker i 2014 enn i 2013.

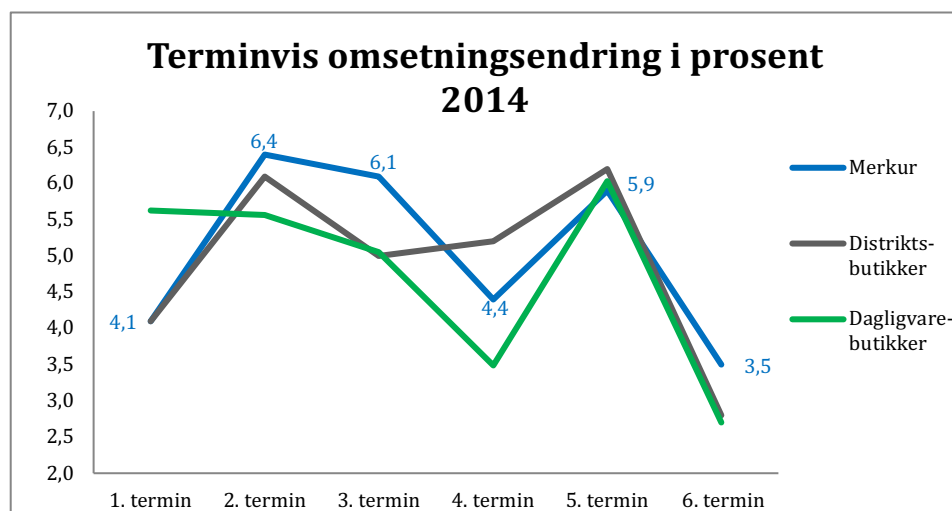
Merkur-butikkene har som figuren viser, hatt en bedre omsetningsutvikling enn distriktsbutikkene i alle år. Dette er oppnådd selv om den gjennomsnittlige omsetning for butikkene i Merkur-programmet er langt lavere enn den gjennomsnittlige omsetning for distriktsbutikkene. Et aktivt arbeid gjennom Merkur-programmet med å gjøre butikkene mere attraktive som innkjøpssted, må ses på som den viktigste årsak til en omsetningsvekst som kan danne grunnlag for en forbedring av økonomien for butikker i lavere omsetningsklasser og dermed styrke disse butikkens evne til å kunne utvikle og opprettholde et godt butikktilbud til innbyggerne i mindre lokalsamfunn.



Figur 9 (Kilde: SSB/IBA)

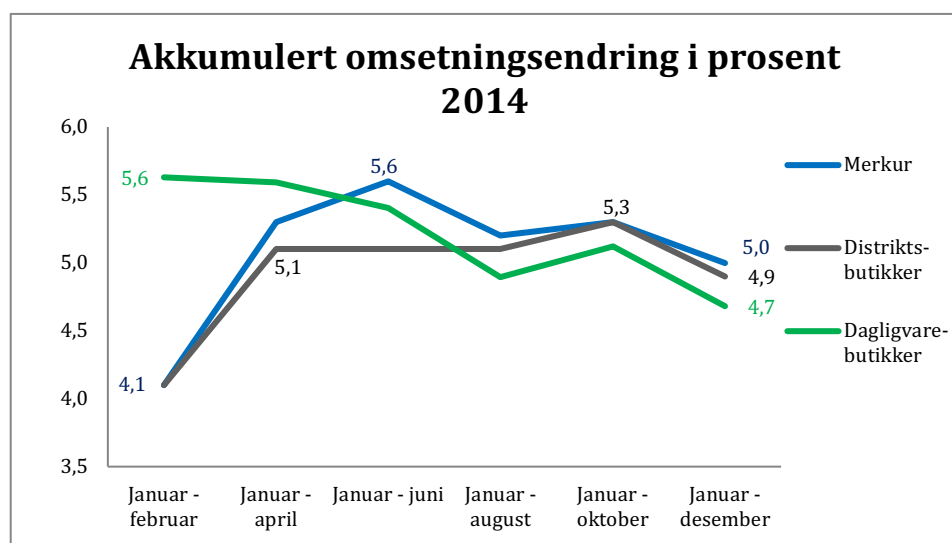
Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

Figur 9 viser organisk omsetningsendring over tid for Merkurbutikker og distriktsbutikker som ikke deltar i Merkur-programmet. Figuren viser at Merkurbutikkene totalt sett har hatt en jevn og god omsetningsutvikling i analyseperioden, og en utvikling som stort sett har vært bedre enn de butikker som ikke deltar i programmet. Når det tas hensyn til at butikkene som ikke deltar i Merkur har et gjennomsnittlig nivå på omsetningen som er nær det dobbelte av Merkurbutikkene, er tallene for omsetningsutviklingen for Merkurbutikkene svært oppløftende.



Figur 10 (Kilde: SSB/IBA)

Figur 10 viser en sammenligning av omsetningsutviklingen i prosent i terminene i 2014. Det var Merkur-butikkene som hadde best prosentvis vekst i omsetningen i 1. halvår, mens det var distriktsbutikkene som kunne vise til best omsetningsutvikling i 2. halvår av 2014. Gjennomsnittet for dagligvarebutikkene viste best omsetningsutvikling i 1. termin, mens distriktsbutikkene og Merkurbutikkene hadde størst terminvis omsetningsvekst i resten av året. 6. termin, som preges av omsetningen i tilknytning til jul og nyttår, var den termin som hadde svakest prosentvekst for alle grupper presentert i figur 10. God omsetningsvekst i 2. halvår 2013 og spesielt i 6. termin, kan forklare noe av dette.



Figur 11 (Kilde: SSB/IBA)

Analyse av Merkurbutikkene omsetning 2014

Figur 11 viser akkumulert omsetning i prosent for terminene i 2014. Merkurbutikkene kunne vise til en bedre akkumulert omsetningsvekst enn samlet for distriktsbutikkene og derved også en bedre veksttakt enn den for distriktsbutikker utenfor Merkur-programmet. Den gode omsetningsvekst for Merkurbutikken i sommersesongen førte til at akkumulert omsetning i prosent ble bedre enn den for dagligvarebransjen totalt i 3. termin og også i de etterfølgende terminer 2014.

5. Nærmere om omsetning og omsetningsutvikling for Merkurbutikkene

Vi skal her gi en nærmere presentasjon av tallene for omsetning og omsetningsutvikling for Merkur-butikkene i 2014 og gi noen kommentarer til utviklingen.

5.1. Faktisk omsetning og omsetningsutvikling

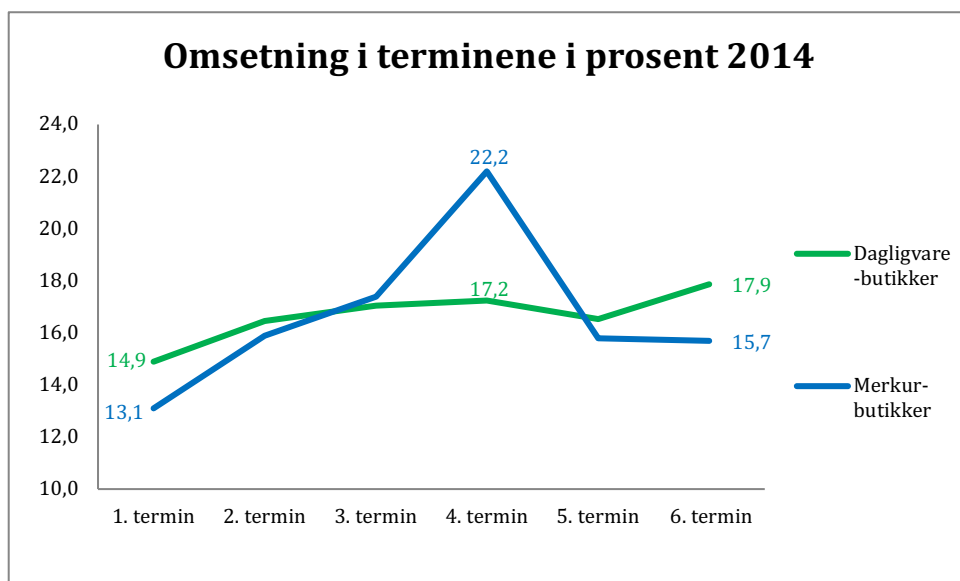
Omsetningen i de 561 Merkurbutikkene som inngikk i analysen for 2014 var samlet 4 685 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Det var samme antallet Merkur-butikker i 2014, noe som førte til en gjennomsnittlig vekst i omsetningen på 5,0 prosent.

Tabell 2: Faktisk omsetning og omsetningsutvikling for Merkurbutikkene

	2013	2014	Endring
	561 butikker	561 butikker	
1. termin	590690	614655	4,1
2. termin	698211	742800	6,4
3. termin	768486	815302	6,1
4. termin	994634	1038214	4,4
5. termin	699181	740533	5,9
6. termin	708481	733325	3,5
Sum året	4459683	4684829	5,0

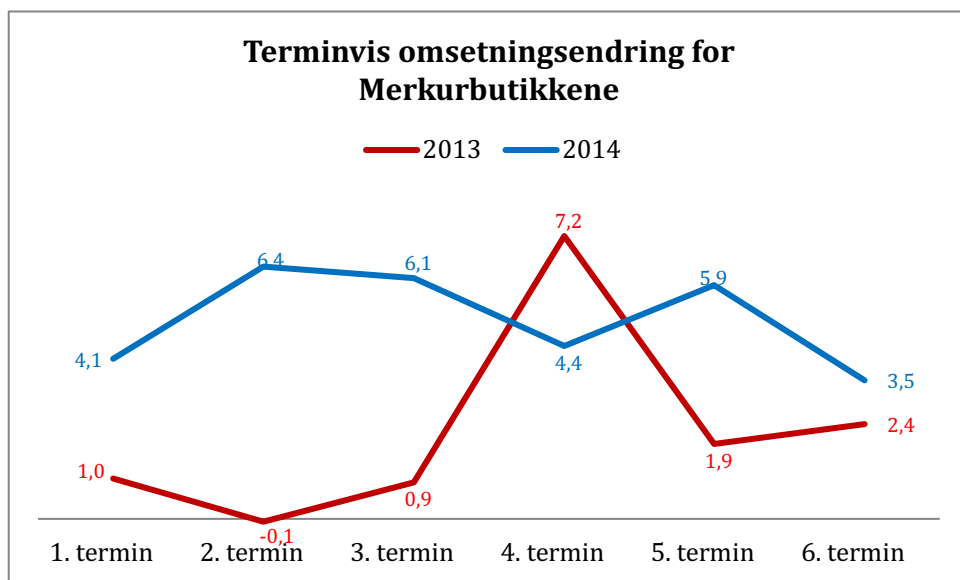
Tabell 2 viser tall for omsetning og omsetningsendring for Merkurbutikkene terminvis i 2014. Omsetning i månedene januar og februar var 13,1 prosent av omsetningen i 2014, mens tilsvarende omsetningsandel for juli og august var 22,2 prosent. Uttrykt på en annen måte, var omsetningen i månedene juli og august 33 prosent høyere enn den gjennomsnittlige omsetning pr. termin for Merkurbutikkene i 2014, mens den i 1. termin, dvs. januar og februar, var 21,3 prosent under gjennomsnittlig omsetning pr termin i 2014. Disse store variasjoner i omsetningen for Merkurbutikkene er vist i figur 12 hvor den terminvise andel av omsetningen er sammenlignet med dagligvarebutikkene i 2014.

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014



Figur 12 (Kilde: IBA/SSB)

Som figur 12 viser, er avviket i omsetningsmønsteret mellom Merkurbutikkene og dagligvarebutikkene spesielt stort i 4. termin. Julehandelens andel av omsetningen er langt mindre i Merkurbutikkene enn i dagligvarebutikkene, og det samme gjelder for omsetningen i 1. termin. Distriktsbutikkene, har samlet sett en noenlunde lik omsetningsfordeling mellom terminene som den som er vist for Merkurbutikkene.



Figur 13 (Kilde: SSB/IBA)

I figur 13 er vist terminvis omsetningsendring for Merkur-butikkene i årene 2013 og 2014. Figuren viser den sterke gjennomsnittlige omsetningsvekst for Merkurbutikkene i 2014 sammenlignet med året før. Samtidig viser figuren hvorledes svake termintall i 2013 har dannet grunnlag for sterk prosentvis vekst i 2014, mens en sterk omsetningsvekst i 4. termin 2013 førte til en forholdsvis mindre veksttakt i 4. termin 2014 enn i de øvrige terminer i året.

5.2. Organisk omsetning og omsetningsutvikling for Merkurbutikkene

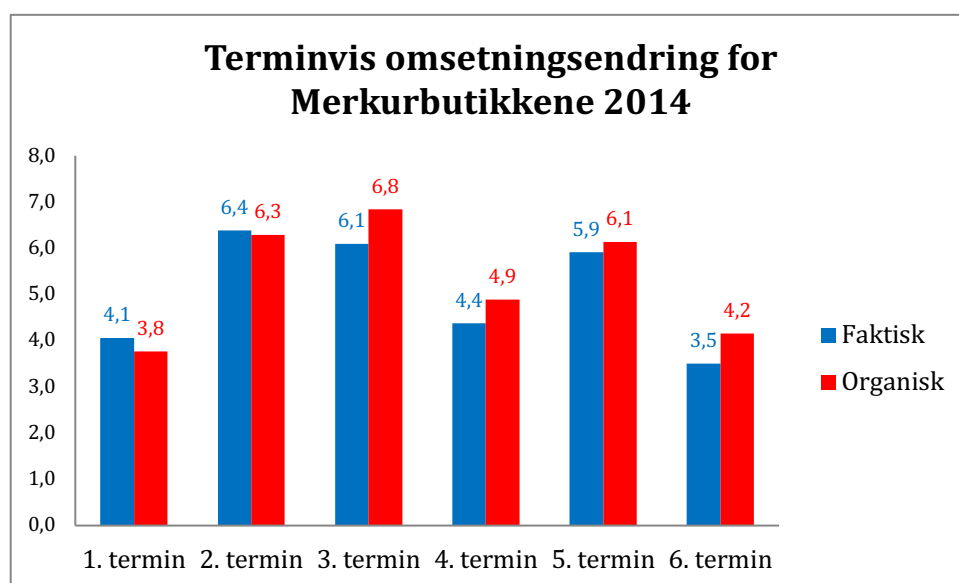
Organisk omsetning er omsetning for de Merkurbutikker som hatt omsetning i alle år i analyseperioden 2008 – 2014. Analysen omfatter 511 butikker. Dette var 91 prosent av Merkur-butikkene som er registrert i 2014.

Tabell 3: Organisk omsetning og omsetningsutvikling for Merkur-butikkene

Omsetning i 2013/2014 (1000 kr) – organisk utvikling			
	2013	2014	Endring
511 butikker			
1. termin	568977	590398	3,8
2. termin	672661	714946	6,3
3. termin	734472	784693	6,8
4. termin	946107	992303	4,9
5. termin	669159	710255	6,1
6. termin	677380	705533	4,2

Kilde: SSB/IBA

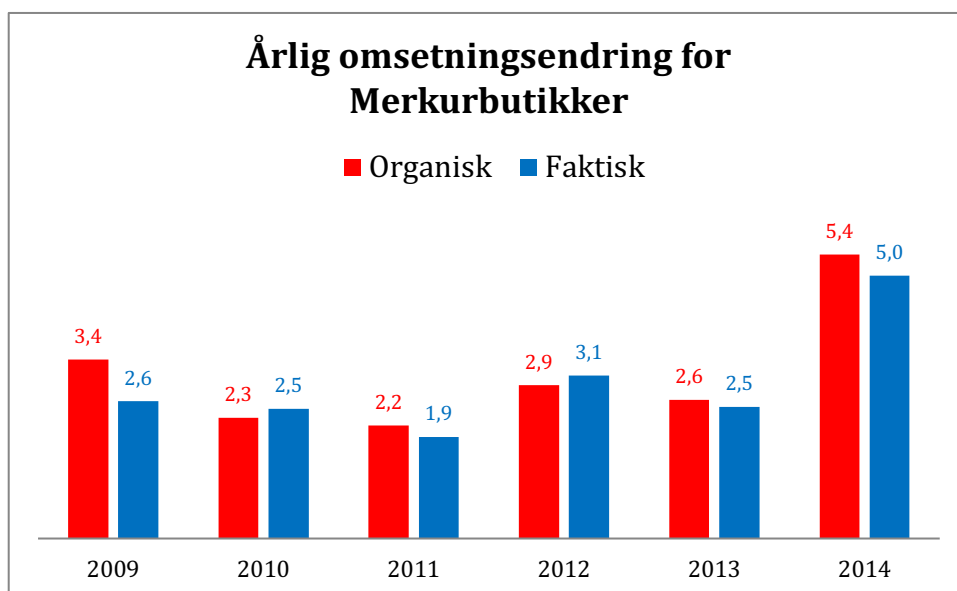
Gjennomsnittlig omsetning i 2014 for Merkurbutikkene i tabell 3 (organisk omsetning) var 8,8 millioner kroner, mens gjennomsnittet for butikkene i tabell 2 (faktisk omsetning) var 8,35 millioner. Det betyr at de 50 butikker som er kommet inn i statistikken etter 2008, har en lavere gjennomsnittlig omsetning, her beregnet til 3,7 millioner i 2014. Noe av forklaringen på denne lave gjennomsnittsomsetningen er å finne i flere nystartede Merkurbutikker hvor det ikke har vært omsetning i alle terminer i 2014.



Figur 14 (Kilde: SSB/IBA)

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

I figur 14 er illustrert terminvis omsetningsendring faktisk og organisk for Merkurbutikkene i 2014. Veksttakten har vært jevn og god gjennom hele perioden med en noe sterkere prosentvis vekst for faktisk omsetning i de 2 første av årets terminer og sterkest organisk omsetningsvekst i siste delen av året.



Figur 15 (Kilde: SSB/IBA)

Figur 15 viser forholdet mellom prosentendringene i omsetningen for Merkurbutikkene ut fra faktisk omsetning og organisk omsetning i årene fra 2008 til 2014. Den organiske veksten har i hovedsak vært noe større enn faktisk omsetningsvekst i analyseperioden. Avgang av butikker med lav omsetning og tilgang på butikker med omsetning kun for deler av året, kan forklare avvikene mellom organisk og faktisk omsetningsendring i prosent.

6. Merkurbutikkens omsetningsutvikling i fylker og landsdeler 2014

6.1. Faktisk utvikling for Merkurbutikkene i fylker og landsdeler

Tabell 4: Merkur-butikkens omsetning og omsetningsutvikling i fylker og landsdeler

	Faktisk utvikling			
	Antall butikker	Netto oms. 1000 kr	Netto oms. 1000 kr	Endring i prosent
	2013/2014	2013	2014	2013/ 2014
Østfold, Vestfold og Akershus	7/7	76 150	83 907	10,2
Hedmark	27/27	209 956	227 584	8,9
Oppland	48/48	397 841	409 826	3,0
Buskerud	8/9	52 363	57 325	9,5
Sum Østlandet	90/91	736 310	778 642	5,7
Telemark	25/26	246 301	256 015	3,9
Aust-Agder	29/27	216 345	218 214	0,9
Vest-Agder	29/29	347 496	363 728	4,7
Sum Agder/Telemark	83/82	810 142	837 957	3,4
Rogaland	48/49	625 087	665 140	6,4
Hordaland	60/59	449 699	480 854	6,9
Sogn og Fjordane	44/45	278 175	306 392	10,1
Sum Vestlandet	152/153	1 352 961	1 452 386	7,3
Møre og Romsdal	38/37	260 987	275 614	5,6
Sør-Trøndelag	24/24	214 286	228 516	6,6
Nord-Trøndelag	28/28	180 687	183 356	1,5
Sum Møre/Trøndelag	90/89	655 960	687 486	4,8
Nordland	72/72	445 001	474 798	6,7
Troms	43/42	304 334	305 238	0,3
Finnmark	31/32	155 875	148 322	-4,8
Sum Nord-Norge	146/146	905 210	928 358	2,6
Sum Norge	561/561	4 460 583	4 684 829	5,0

Tabell 4 viser at det var Merkurbutikkene på Vestlandet som har hatt den sterkeste omsetningsvekst i 2014 blant landsdelene med et gjennomsnitt på 7,3 prosent. Merkurbutikkene i Nord-Norge hadde svakest omsetningsutvikling med 2,6 prosent. Fylkene Østfold, Vestfold og Akershus er slått sammen på grunn av at det er et for lite antall Merkurbutikker til å kunne få kartlagt omsetningstall for fylkene. Samlet sett har de 7 butikker hatt den sterkeste prosentvise omsetningsvekst i 2014.

Av de øvrige fylker var det Sogn og Fjordane med 10,1 prosent, Buskerud med 9,5 prosent og Hedmark med 8,9 prosent som kunne vise til størst gjennomsnittlig omsetningsvekst i

Analyse av Merkurbutikkene omsetning 2014

prosent for Merkur-butikkene. Butikkene i Finnmark hadde en nedgang i Merkur-omsetningen på 4,8 prosent, selv om det tilkom en butikk i 2014. Ellers var det svak omsetningsutvikling i 2014 for Merkurbutikkene i fylkene Troms og i Aust-Agder hvor det var med færre butikker enn i 2013, og i Nord-Trøndelag hvor det var et uendret antall butikker.

6.2. Organisk omsetningsutvikling i fylker og landsdeler

Tabell 5: Organisk omsetningsendring for Merkurbutikker i fylker og landsdeler

	Organisk utvikling			
	Antall butikker	Netto oms. 1000 kr	Netto oms. 1000 kr	Endring i prosent
	2013/2014	2013	2014	2013/2014
Østfold, Vestfold og Akershus	6	66 953	83 907	25,3
Hedmark	25	198 221	212 541	7,2
Oppland	42	372 825	386 196	3,6
Buskerud	8	52 363	54 461	4,0
Sum Østlandet	81	690 362	737 105	6,8
Telemark	21	220 338	228 405	3,7
Aust-Agder	25	205 886	213 741	3,8
Vest-Agder	29	347 496	363 728	4,7
Sum Agder/Telemark	75	773 720	805 874	4,2
Rogaland	45	612 730	654 053	6,7
Hordaland	52	426 590	448 466	5,1
Sogn og Fjordane	41	276 772	289 804	4,7
Sum Vestlandet	138	1 316 092	1 392 323	5,8
Møre og Romsdal	36	254 522	268 771	5,6
Sør-Trøndelag	24	188 344	195 342	3,7
Nord-Trøndelag	25	214 286	228 516	6,6
Sum Møre/Trøndelag	85	657 152	692 629	5,4
Nordland	65	421 383	448 527	6,4
Troms	38	283 955	295 273	4,0
Finnmark	29	144 872	147 844	2,1
Sum Nord-Norge	132	850 210	891 644	4,9
Sum Norge	511	4 287 536	4 519 575	5,4

Tabell 5 viser at det i 2014 var stor organisk omsetningsvekst i prosent for Merkurbutikkene i alle landdeler. Merkurbutikkene på Østlandet hadde sterkest gjennomsnittsvækst med 6,8 prosent, mens gjennomsnittet var lavest for Merkurbutikkene i Agder/Telemark med en økning på 4,2 prosent. De 6 Merkurbutikkene i fylkene Østfold, Akershus og Vestfold kunne

Analyse av Merkurbutikkernes omsetning 2014

vise til en organisk omsetningsvekst i 2014 på hele 25,3 prosent. Forklaringen til denne sterke vekst er nok å finne i større utbygging og modernisering av driften hos en eller flere av butikkene. Av fylkene var det størst organisk omsetningsvekst i Hedmark, Rogaland, Nord-Trøndelag og Nordland, mens Merkurbutikkene i Finnmark hadde svakest veksttakt med 2,1 prosent.

7. Nærmere om utvikling i de enkelte landsdeler

7.2. Østlandet

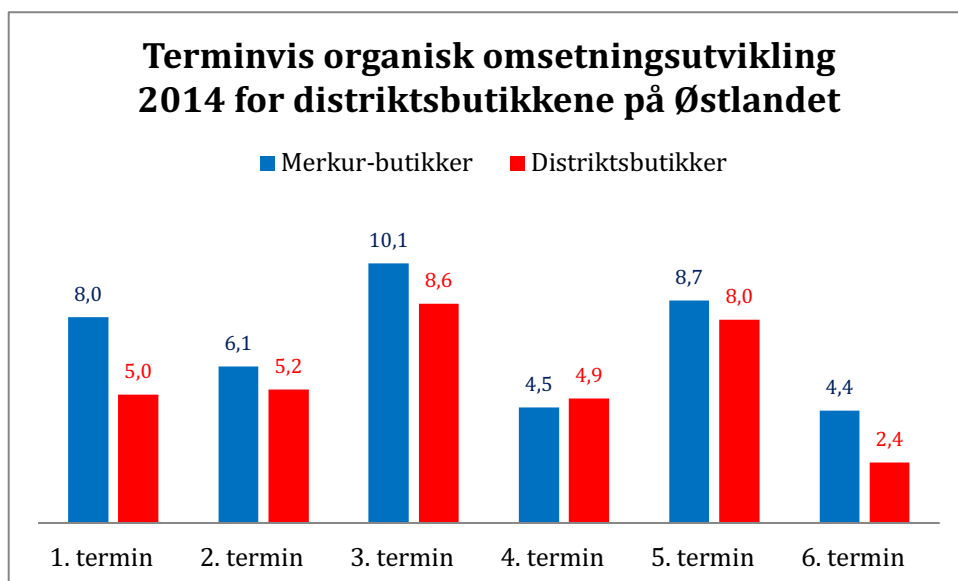
Landsdelen Østlandet omfatter i denne analyse fylkene Østfold, Akershus, Oslo, Hedmark, Oppland, Buskerud og Vestfold. Det var ikke registrert distriktsbutikker i Oslo.

91 Merkurbutikker på Østlandet hadde i 2014 en samlet omsetning eksklusive merverdiavgift på 778,6 millioner kroner. Dette var 37,2 prosent av omsetningen i distriktsbutikkene på Østlandet. Gjennomsnittlig omsetning for Merkurbutikkene var 8,6 millioner eksklusive merverdiavgift. Distriktsbutikkene inklusive Merkurbutikkene hadde en gjennomsnittlig omsetning på 12,2 millioner.

Tabell 6: Omsetningsutviklingen 2014 for dagligvarebutikker på Østlandet – faktisk omsetning

	1. termin	2. termin	3.termin	4. termin	5. termin	6. termin
Merkurbutikker terminvis	7,2	6,9	8,7	2,1	8,4	3,7
Distriktsbutikker terminvis	5,1	4,9	7,6	3,9	8,0	3,2
Dagligvarebutikker terminvis	5,3	4,6	4,3	1,5	5,1	1,9
	Januar-februar	Januar - april	Januar-juni	Januar – august	Januar – oktober	Januar – desember
Merkurbutikker akkumulert	7,2	7,1	7,6	5,8	6,3	5,9
Distriktsbutikker akkumulert	5,1	5,0	5,9	5,2	5,8	5,3
Dagligvarebutikker akkumulert	5,3	4,9	4,7	3,8	4,1	3,7

Omsetningen gjennom Merkurbutikkene øket med 5,9 prosent i 2014 med 1 butikk mer enn i 2013, mens omsetningen for landsdelens 171 distriktsbutikker viste en vekst på 5,3 prosent. Det var 2 flere distriktsbutikker i 2014 enn i 2013. Dagligvarebutikkene i landsdelen hadde en gjennomsnittlig omsetningsvekst på 3,7 prosent i 2014.



Figur 16 (Kilde: SSB/IBA)

Figur 16 viser organisk omsetningsendring i prosent terminvis 2014 for Merkur-butikkene og samlet for distriktsbutikkene på Østlandet. Med unntak for termin 4, hadde Merkurbutikkene en bedre prosentvis omsetningsutvikling enn samlet for distriktsbutikkene i alle årets terminer. Samlet for året 2014 var organisk omsetningsendring 6,8 prosent for Merkurbutikkene, mens den var 5,6 prosent for landsdelens distriktsbutikker.

Tabell 7: Terminvis faktisk omsetning og omsetningsutvikling i landsdel Østlandet

Landsdel	Termin	Merkurbutikker			Distriktsbutikker		
		2013	2014	Endring i %	2013	2014	Endring i %
Østfold, Akershus og Vestfold Merkurbutikker 2013: 7 /2014: 7 Distriktsbutikker 2013:30 /2014: 30	1. termin	9 897	10883	10,0	56 053	57 320	2,3
	2. termin	10 970	13172	20,1	63 296	70 290	11,0
	3. termin	14 194	15870	11,8	81 176	86 838	7,0
	4. termin	17 009	17208	1,2	109 246	111 561	2,1
	5. termin	12 059	13450	11,5	66 757	69 758	4,5
	6. termin	12 021	13324	10,8	66 373	69 154	4,2
	Totalt		76 150	83907	10,2	442 901	464 921
Hedmark Merkurbutikker 2013:27 /2014: 27 Distriktsbutikker 2013:50 /2014: 51	1. termin	28 009	31 064	10,9	71 940	77 771	8,1
	2. termin	32 549	36 462	12,0	81 364	89 067	9,5
	3. termin	33 217	37 027	11,5	76 711	84 661	10,4
	4. termin	44 303	47 492	7,2	104 640	113 318	8,3
	5. termin	35 085	38 307	9,2	81 700	89 580	9,6
	6. termin	35 893	37 232	3,7	90 602	93 000	2,6
	Totalt		209 056	227 584	8,9	506 957	547 397
Oppland Merkurbutikker	1. termin	55 192	58 078	5,2	85 853	91 400	6,5
	2. termin	65 831	67 825	3,0	101 581	104 417	2,8
	3. termin	57 974	61 472	6,0	82 494	88 584	7,4

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

2013: 48 /2014: 48 Distriktsbutikker	4. termin	89 805	89 326	-0,5	125 801	128 071	1,8
	5. termin	64 040	67 680	5,7	91 606	98 109	7,1
	6. termin	64 999	65 445	0,7	98 117	100 480	2,4
2013:60 /2014: 60	Totalt	397 841	409 826	3,0	585 452	611 061	4,4
Buskerud Merkurbutikker 2013: 8 /2014: 9 Distriktsbutikker 2013:29 /2014: 30	1. termin	7 096	7 411	4,4	65 515	66 995	2,3
	2. termin	9 319	9 417	1,1	77 111	75 439	-2,2
	3. termin	7 203	7 980	10,8	68 731	72 545	5,5
	4. termin	12 693	13 276	4,6	92 895	96 470	3,8
	5. termin	8 279	10 068	21,6	72 347	80 028	10,6
	6. termin	7 773	9 173	18,0	72 983	75 852	3,9
	Totalt	52 363	57 325	9,5	449 582	467 329	3,9

7.2. Agder/Telemark

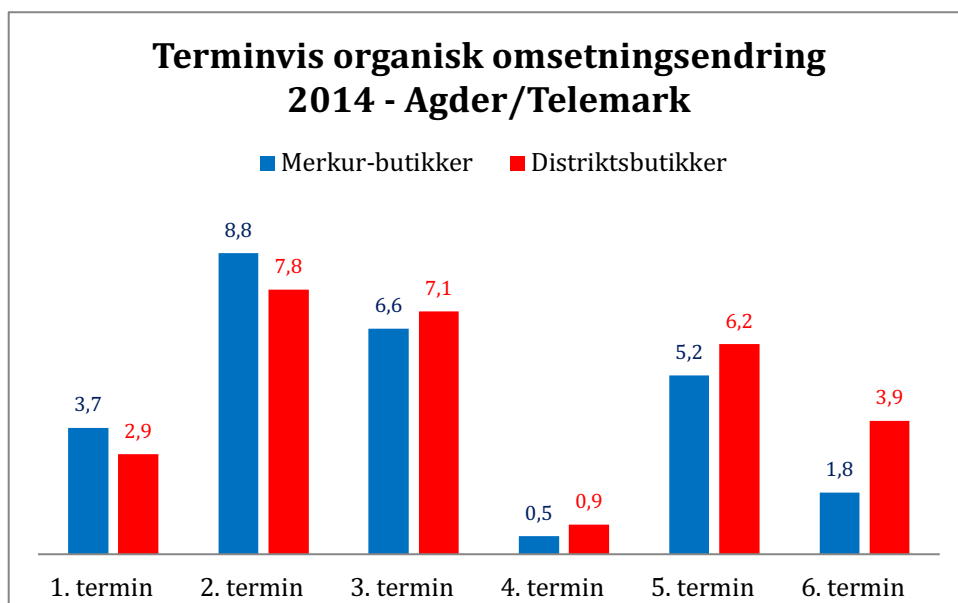
Landsdelen Agder/Telemark omfatter fylkene Telemark, Aust-Agder og Vest-Agder. 82 Merkurbutikker i landsdelen Agder/Telemark hadde i 2014 en samlet omsetning eksklusive merverdiavgift på 838 millioner kroner. Dette var 70,4 prosent av omsetningen i landsdelens distriktsbutikker.

Gjennomsnittlig omsetning for Merkurbutikkene var 10,2 millioner kroner eksklusive merverdiavgift i 2014. Distriktsbutikkens gjennomsnittsomsetning var 11,8 millioner.

Tabell 8: Omsetningsutviklingen 2014 for dagligvarebutikker i Agder/Telemark – faktisk omsetning

Terminvis	1. termin	2. termin	3.termin	4. termin	5. termin	6. termin
Merkurbutikker	3,1	7,8	6,7	0,5	3,7	0,2
Distriktsbutikker	2,5	7,0	7,3	0,9	4,8	2,8
Dagligvarebutikker	5,7	6,2	5,3	1,9	5,6	1,8
Akkumulert	Januar-februar	Januar - april	Januar-juni	Januar – august	Januar – oktober	Januar – desember
Merkurbutikker	3,1	5,6	6,0	4,1	4,0	3,4
Distriktsbutikker	2,5	4,9	5,8	4,1	4,2	4,0
Dagligvarebutikker	5,7	5,9	5,7	4,6	4,8	4,2

Omsetningen gjennom Merkur-butikkene øket i 2014 med 3,4 prosent og da med 1 butikk mindre enn året før. Tilsvarende omsetningsendring for distriktsbutikkene i landsdelen var 4,0 prosent med 2 færre butikker. Dagligvarebutikkene i landsdel Telemark/Agder øket omsetningen i gjennomsnitt med 4,2 prosent i 2014.



Figur 17 (Kilde SSB/IBA)

Figur 17 viser organisk omsetningsendring i prosent 2014 for Merkurbutikkene sammenlignet med tilsvarende utvikling for distriktsbutikkene i Agder/Telemark. Merkurbutikkene hadde den beste omsetningsutvikling i årets første terminer, mens det var distriktsbutikkene som hadde best prosentvis omsetningsvekst i de siste 4 terminer.

Spesielt for siste termin, som domineres av julehandelen, hadde distriktsbutikkene en bedre omsetningsutvikling enn Merkurbutikkene. Den svake omsetningsutvikling for begge grupper i 4. termin må sees i sammenheng med at det var en meget sterk omsetningsvekst i denne termin i 2013.

Tabell 9: Terminvis faktisk omsetning og omsetningsutvikling i landsdel Agder/Telemark

Fylker	Termin	Merkurbutikker			Distriktsbutikker			
		2013	2014	Endring i %	2013	2014	Endring i %	
Telemark	1. termin	30 058	30 471	1,4	45 640	46848	2,6	
	2. termin	36 147	37 855	4,7	53 983	56793	5,2	
	Merkurbutikker	42 027	44 785	6,6	59 005	63271	7,2	
	2013: 25 / 2014: 26	4. termin	65 857	68 704	4,3	87 569	91432	4,4
	Distriktsbutikker	5. termin	36 410	38 043	4,5	53 976	56877	5,4
	2013:30 / 2014: 31	6. termin	35 802	36 157	1,0	53 706	54843	2,1
	Totalt		246 301	256 015	3,9	353 879	370 064	4,6
Aust-Agder	1. termin	28 122	27 529	-2,1	40 053	39 612	-1,1	
	2. termin	32 159	33 179	3,2	45 459	47 110	3,6	
	Merkurbutikker	35 909	38 380	6,9	51 972	55 912	7,6	
	2013: 29 / 2014: 27	4. termin	57 273	57 164	-0,2	82 117	82 206	0,1
	Distriktsbutikker	5. termin	31 662	31 678	0,1	45 853	46 279	0,9

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

2013:36 / 2014: 33	6. termin	31 220	30 284	-3,0	44 809	45 098	0,6	
	Totalt	216 345	218 214	0,9	310 263	316 217	1,9	
Vest-Agder	1. termin	49 508	52 996	7,0	70 740	73 860	4,4	
	2. termin	54 653	61 489	12,5	78 197	86 224	10,3	
	Merkurbutikker	3. termin	57 743	61 665	6,8	78 630	84 271	7,2
	2013: 29 / 2014: 29	4. termin	72 907	71 173	-2,4	100 386	98 930	-1,5
	Distriktsbutikker	5. termin	55 827	58 740	5,2	76 135	81 287	6,8
	2013:37 / 2014: 37	6. termin	56 858	57 665	1,4	76 831	80 267	4,5
	Totalt	347 496	363 728	4,7	480 919	504 839	5,0	

7.3. Vestlandet

Landsdelen Vestlandet omfatter fylkene Rogaland, Hordaland og Sogn og Fjordane. 153 Merkurbutikker på Vestlandet hadde i 2014 en samlet omsetning eksklusive merverdiavgift på 1 452 millioner kroner. Dette var 48,6 prosent av omsetningen gjennom de 236 distriktsbutikker som var registrert på Vestlandet.

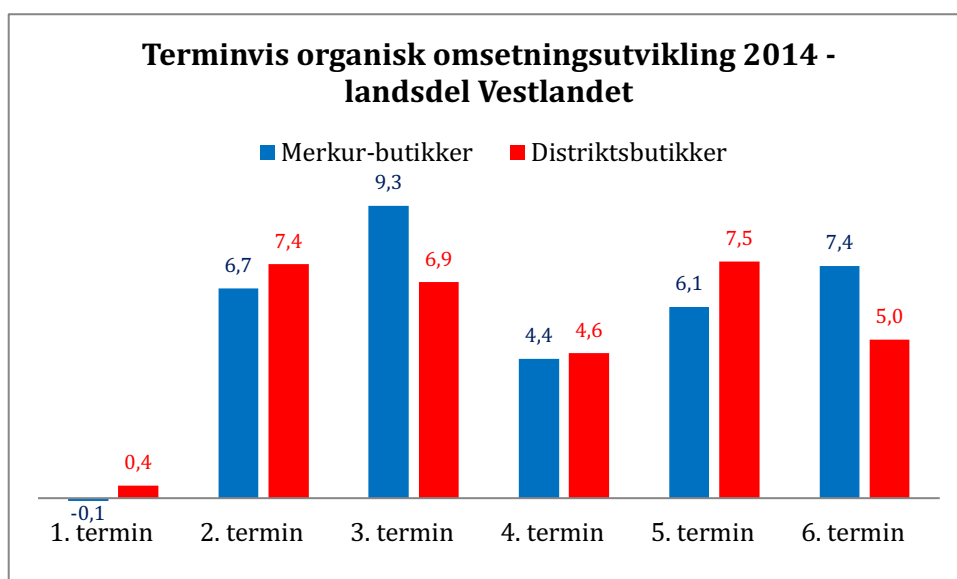
Gjennomsnittlig omsetning for Merkurbutikkene i 2014 var 9,5 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Tilsvarende omsetning for distriktsbutikkene inklusive Merkur-butikkene var 12,7 millioner.

Tabell 10: Omsetningsutviklingen 2014 for butikker i landsdel Vestlandet – faktisk omsetning

Terminvis	1. termin	2. termin	3.termin	4. termin	5. termin	6. termin
Merkurbutikker	1,7	8,7	9,8	5,9	8,3	9,0
Distriktsbutikker	2,4	7,5	5,9	5,1	7,6	5,1
Dagligvarebutikker	4,2	5,8	5,0	4,0	6,8	3,7
Akkumulert	Januar-februar	Januar - april	Januar-juni	Januar – august	Januar – oktober	Januar – desember
Merkurbutikker	1,7	5,5	7,1	6,8	7,0	7,3
Distriktsbutikker	2,4	5,1	5,4	5,3	5,7	5,6
Dagligvarebutikker	4,2	5,0	5,0	4,8	5,1	4,9

Tabell 10 viser at omsetningen gjennom Merkurbutikkene øket med 7,3 prosent i 2014. Antallet Merkurbutikker øket med 1 i 2014. Bortsett fra 1. termin, hadde Merkurbutikkene stor omsetningsøkning i alle årets terminer. Omsetningsutviklingen i 6. termin var spesielt gunstig for Merkurbutikkene sammenlignet med bransjen for øvrig. Distriktsbutikkene øket omsetningen med 5,6 prosent i 2014. Antallet distriktsbutikker ble imidlertid redusert med 1 butikk i 2014. Omsetningen i landsdelens dagligvarebutikker var 4,9 prosent høyere i 2014 enn i 2013.

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014



Figur 18 (Kilde: SSB/IBA)

Figur 18 viser organisk omsetningsendring i prosent terminvis 2014 for Merkurbutikker og samlet for distriktsbutikkene på Vestlandet. Med unntak av 3. termin (sommersalget) og 6. termin (dominert av juleomsetningen) hadde Merkurbutikkene en svakere omsetningsutvikling enn distriktsbutikkene. Samlet for året 2014 var den organiske omsetningsendring en vekst på 5,8 prosent for landsdelens Merkurbutikker, mens den var 5,4 prosent for distriktsbutikkene.

Tabell 11: Terminvis faktisk omsetning og omsetningsutvikling 2014 i landsdel Vestlandet

Fylker	Termin	Merkurbutikker			Distriktsbutikker		
		2013	2014	Endring %	2013	2014	Endring i %
Rogaland	1. termin	86017	85 050	-1,1	146 296	159 587	9,1
	2. termin	103293	110 005	6,5	175 719	192 976	9,8
	3. termin	113807	128 639	13,0	200 191	207 815	3,8
	4. termin	134292	136 787	1,9	233 601	245 944	5,3
	5. termin	94779	101 284	6,9	175 255	190 456	8,7
	6. termin	92899	103 375	11,3	182 205	191 771	5,3
	Totalt		625 087	665 140	6,4	1 113 267	1 188 549
Hordaland	1. termin	58 497	60 654	3,7	146 296	159 587	9,1
	2. termin	69 551	77 518	11,5	175 719	192 976	9,8
	3. termin	79 233	84 197	6,3	200 191	207 815	3,8
	4. termin	102 300	108 651	6,2	233 601	245 944	5,3
	5. termin	68 609	74 351	8,4	175 255	190 456	8,7
	6. termin	71 509	75 483	5,6	182 205	191 771	5,3
	Totalt		449 699	480 854	6,9	1 113 267	1 188 549
Sogn og Fjordane	1. termin	34 643	36 549	5,5	96 679	100 486	3,9
	2. termin	40 874	44 703	9,4	112 912	119 391	5,7

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

Merkurbutikker 2013: 44 / 2014: 45	3. termin	50 769	54 862	8,1	133 632	137 445	2,9
	4. termin	63 350	72 334	14,2	161 302	176 158	9,2
Distriktsbutikker 2013:78 / 2014: 78	5. termin	43 295	48 273	11,5	116 487	122 507	5,2
	6. termin	45 244	49 671	9,8	126 225	127 237	0,8
	Totalt	278 175	306 392	10,1	747 237	783 224	4,8

7.4. Møre/Trøndelag

Landsdelen Møre/Trøndelag omfatter i denne analyse fylkene Møre og Romsdal, Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag.

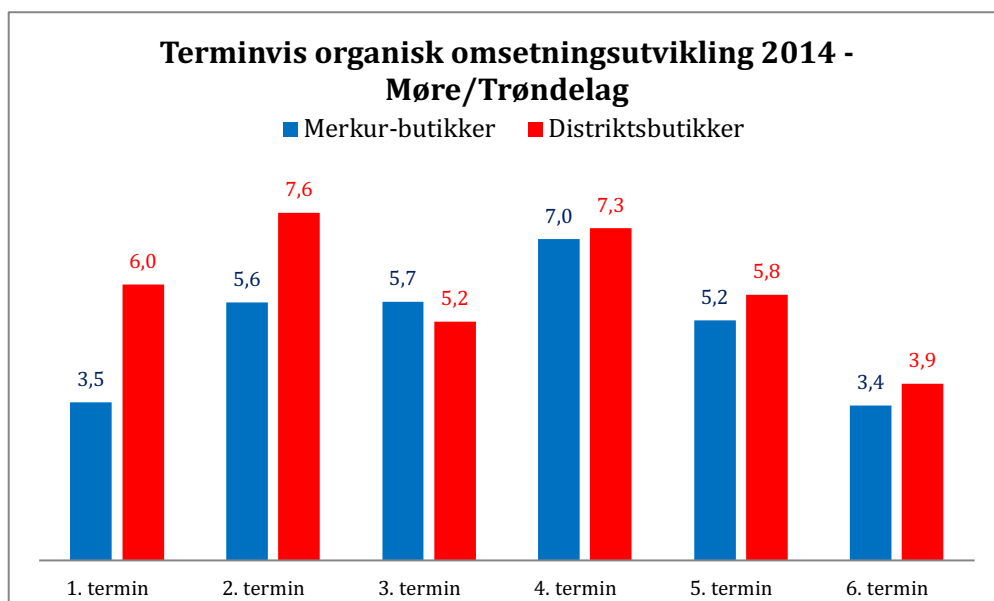
89 Merkurbutikker i landsdel Møre/Trøndelag hadde i 2014 en samlet omsetning på 687 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Dette var 25,5 prosent av omsetningen gjennom distriktsbutikkene i landsdelen. Gjennomsnittlig omsetning for Merkurbutikkene var 7,7 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Gjennomsnittet for landsdelens distriktsbutikker var 12,7 millioner.

Tabell 12: Omsetningsutviklingen terminvis 2013 for butikker i landsdel Møre/Trøndelag

	1. termin	2. termin	3.termin	4. termin	5. termin	6. termin
Merkurbutikker	3,5	5,7	5,4	6,3	4,7	2,6
Distriktsbutikker	5,7	7,3	4,6	6,7	5,5	3,3
Dagligvarebutikker	5,8	5,8	4,6	5,0	6,0	3,5
	Januar-februar	Januar - april	Januar-juni	Januar – august	Januar – oktober	Januar – desember
Merkurbutikker	3,5	4,7	5,0	5,4	5,2	4,8
Distriktsbutikker	5,7	6,5	5,8	6,1	6,0	5,5
Dagligvarebutikker	5,8	5,8	5,4	5,3	5,4	5,1

Omsetningen gjennom Merkurbutikkene øket med 4,8 prosent i 2014. Antallet Merkurbutikker ble redusert med 1 fra året før. Distriktsbutikkene øket sin omsetning med 5,5 prosent. Her var antallet butikker redusert med 3. Gjennomsnittet for dagligvarebutikkene i landsdelen var en vekst på 5,1 prosent.

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014



Figur 19 (Kilde: SSB/IBA)

Figur 19 viser gjennomsnittlig organisk omsetningsendring i prosent terminvis 2014 for Merkurbutikkene og samlet for distriktsbutikkene i landsdel Møre/Trøndelag. Merkurbutikkene hadde svakere omsetningsutvikling enn distriktsbutikkene i de fleste av årets terminer. Unntaket var her for 3. termin.

Samlet for 2014 var den organiske veksten for Merkurbutikkene 5,2 prosent, mens distriktsbutikkene hadde en omsetningsvekst på 6,0 prosent.

Tabell 13: Terminvis faktisk omsetning og omsetningsutvikling 2013 i landsdel Møre/Trøndelag

Fylker	Termin	Merkurbutikker			Distriktsbutikker			
		2013	2014	Endring %	2013	2014	Endring %	
Møre og Romsdal	1. termin							
		34897	37 057	6,2	172 449	184 228	6,8	
	2. termin	40750	43 389	6,5	199 742	214 189	7,2	
	Merkurbutikker	3. termin	46481	50 128	7,8	220 782	231 890	5,0
	2013: 38 / 2014: 37	4. termin	51920	55 023	6,0	240 001	255 872	6,6
	Distriktsbutikker	5. termin	42465	44 391	4,5	205 216	215 907	5,2
	2013:105 / 2014: 102	6. termin	44474	45 626	2,6	223 900	230 407	2,9
Totalt		260 987	275 614	5,6	1 262 090	1 332 493	5,6	
Sør-Trøndelag	1. termin	27 376	29 333	7,1	97 556	103 608	6,2	
	2. termin	34 450	37 173	7,9	114 972	125 474	9,1	
	Merkurbutikker	3. termin	37 447	39 703	6,0	132 542	138 256	4,3
	2013: 24 / 2014: 24	4. termin	47 778	52 090	9,0	163 847	174 981	6,8
	Distriktsbutikker	5. termin	34 454	35 737	3,7	119 817	125 349	4,6
	2013:58 / 2014: 58	6. termin	32 781	34 480	5,2	115 420	123 067	6,6
	Totalt		214 286	228 516	6,6	744 154	790 735	6,3

Analyse av Merkurbutikkernes omsetning 2014

Nord-Trøndelag Merkurbutikker 2013: 28 / 2014: 28 Distriktsbutikker 2013:53 / 2014: 53	1. termin	26 191	25 197	-3,8	76 889	78 892	2,6
	2. termin	27 977	28 506	1,9	85 182	89 271	4,8
	3. termin	31 347	31 649	1,0	94 684	98 524	4,1
	4. termin	36 825	38 059	3,4	110 930	118 502	6,8
	5. termin	28 892	30 610	5,9	89 089	95 467	7,2
	6. termin	29 455	29 335	-0,4	93 220	93 175	0,0
	Totalt	180 687	183 356	1,5	549 994	573 831	4,3

7.5. Nord-Norge

Landsdel Nord-Norge omfatter fylkene Nordland, Troms og Finnmark.

146 Merkurbutikker i Nord-Norge hadde i 2014 en samlet omsetning på 928 millioner kroner eksklusive merverdiavgift. Dette var 62,9 prosent av omsetningen gjennom distriktsbutikkene i Nord-Norge. Gjennomsnittlig omsetning for Merkurbutikkene var 6,36 millioner kroner eksklusive merverdiavgift i 2014. Tilsvarende omsetning for distriktsbutikkene var 9,7 millioner kroner.

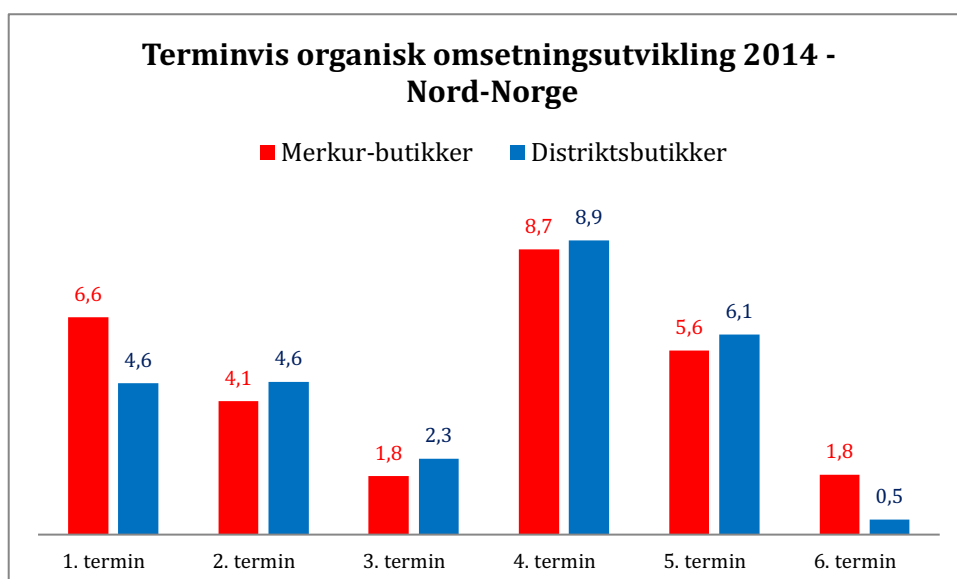
Tabell 14: Omsetningsutviklingen terminvis for dagligvarebutikker i Nord-Norge 2014

Terminvis	1. termin	2. termin	3.termin	4. termin	5. termin	6. termin
Merkurbutikker	6,2	1,7	-1,4	6,4	3,2	-1,0
Distriktsbutikker	4,2	3,4	0,7	7,6	4,5	-1,1
Dagligvarebutikker	4,9	4,1	2,6	5,3	4,8	0,3
Akkumulert	Januar-februar	Januar - april	Januar-juni	Januar – august	Januar – oktober	Januar – desember
Merkurbutikker	6,2	3,8	1,8	3,3	3,3	2,6
Distriktsbutikker	4,2	3,8	2,6	4,2	4,2	3,4
Dagligvarebutikker	4,9	4,5	3,8	4,2	4,3	3,6

Omsetningen gjennom Merkurbutikkene øket med 2,6 prosent i 2014. Antallet Merkurbutikker var uendret fra 2013. De 227 distriktsbutikker i landsdelen øket i gjennomsnitt omsetningen med 3,4 prosent. Også antallet distriktsbutikker var uendret fra 2013. Dagligvarebutikkene i landsdelen hadde en gjennomsnittlig vekst på 3,6 prosent i 2014.

Merkurbutikkene hadde omsetningsnedgang i 3. termin og i 6. termin. Nedgang i omsetningen til turister og fortsatt svak julehandelen for distriktsbutikker ses på som viktigste forklaringer på disse svingninger i omsetningsmønsteret.

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014



Figur 20 (Kilde SSB/IBA)

Figur 20 viser organisk omsetningsendring i prosent terminvis i 2014 for Merkurbutikkene og for distriktsbutikkene samlet i Nord-Norge. Merkurbutikkene hadde best omsetningsutvikling i alle terminer 2014 med unntak av termin 1 og termin 6. Organisk vekst for 2014 ble derved 4,9 prosent for Merkurbutikkene og 4,7 prosent for landsdelens distriktsbutikker.

Tabell 15: Terminvis faktisk omsetning og omsetningsutvikling i Nord-Norge

Fylker	Termin	Merkurbutikker			Distriktsbutikker			
		2013	2014	Endring i %	2013	2014	Endring i %	
Nordland	1. termin	51990	57 890	11,3	158 875	167 797	5,6	
	2. termin	65353	69 083	5,7	186 287	195 756	5,1	
	Merkurbutikker 2013: 72 / 2014: 72	3. termin	81318	82 458	1,4	215 736	221 005	2,4
	4. termin	103382	115 622	11,8	263 732	293 189	11,2	
	Distriktsbutikker 2013:116 / 2014: 116	5. termin	69742	74 639	7,0	190 066	202 632	6,6
	6. termin	73216	75 106	2,6	208 005	206 545	-0,7	
	Totalt		445 001	474 798	6,7	1 222 701	1 286 924	5,3
Troms	1. termin	42 916	44 988	4,8	95 893	99 071	3,3	
	2. termin	47 875	48 185	0,6	108 530	110 601	1,9	
	Merkurbutikker 2013: 43 / 2014: 42	3. termin	53 486	52 165	-2,5	118 642	116 884	-1,5
	4. termin	60 820	62 489	2,7	135 427	139 624	3,1	
	Distriktsbutikker 2013:73 / 2014: 71	5. termin	49 304	49 013	-0,6	110 255	111 255	0,9
	6. termin	49 933	48 398	-3,1	112 871	112 041	-0,7	
	Totalt		304 334	305 238	0,3	681 618	689 476	1,2
Finnmark	1. termin	20 281	19 505	-3,8	29 966	29 909	-0,2	
	2. termin	26 460	24 839	-6,1	38 698	38 465	-0,6	
	Merkurbutikker 2013: 31 / 2014: 32	3. termin	26 331	24 322	-7,6	38 394	37 478	-2,4
	4. termin	34 120	32 816	-3,8	48 798	49 330	1,1	

Analyse av Merkurbutikkens omsetning 2014

Distriktsbutikker 2013:38 / 2014: 40	5. termin	24 279	24 269	0,0	35 941	37 502	4,3
	6. termin	24 404	22 571	-7,5	36 206	34 736	-4,1
	Totalt	155 875	148 322	-4,8	228 003	227 420	-0,3

