



Hur Trump, inflation och krigsrubriker påverkar konjunktur och konsumenter

Magnus Ohlsson, Retailomania/Detaljhandelspodden

GLOBALISERING
DIGITALISERING
FRED



POLITISK POLARISERING
INFORMATIONSKRIGFÖRING
GEOPOLITISKA SPÄNNINGAR
NYKOLONIALISM

Kriser – förväntade eller överraskande är återkommande under historien

**Börskraschen
1929**



Koreakriget



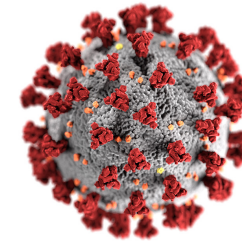
Vietnamkriget



Kuwaitkriget 1 o 2



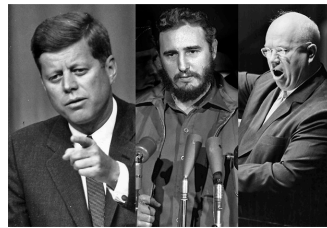
Covid



Ukrainakriget



Världskrig



Kubakrisen



Oljekrisen



IT-kraschen



9-11



Finanskrisen

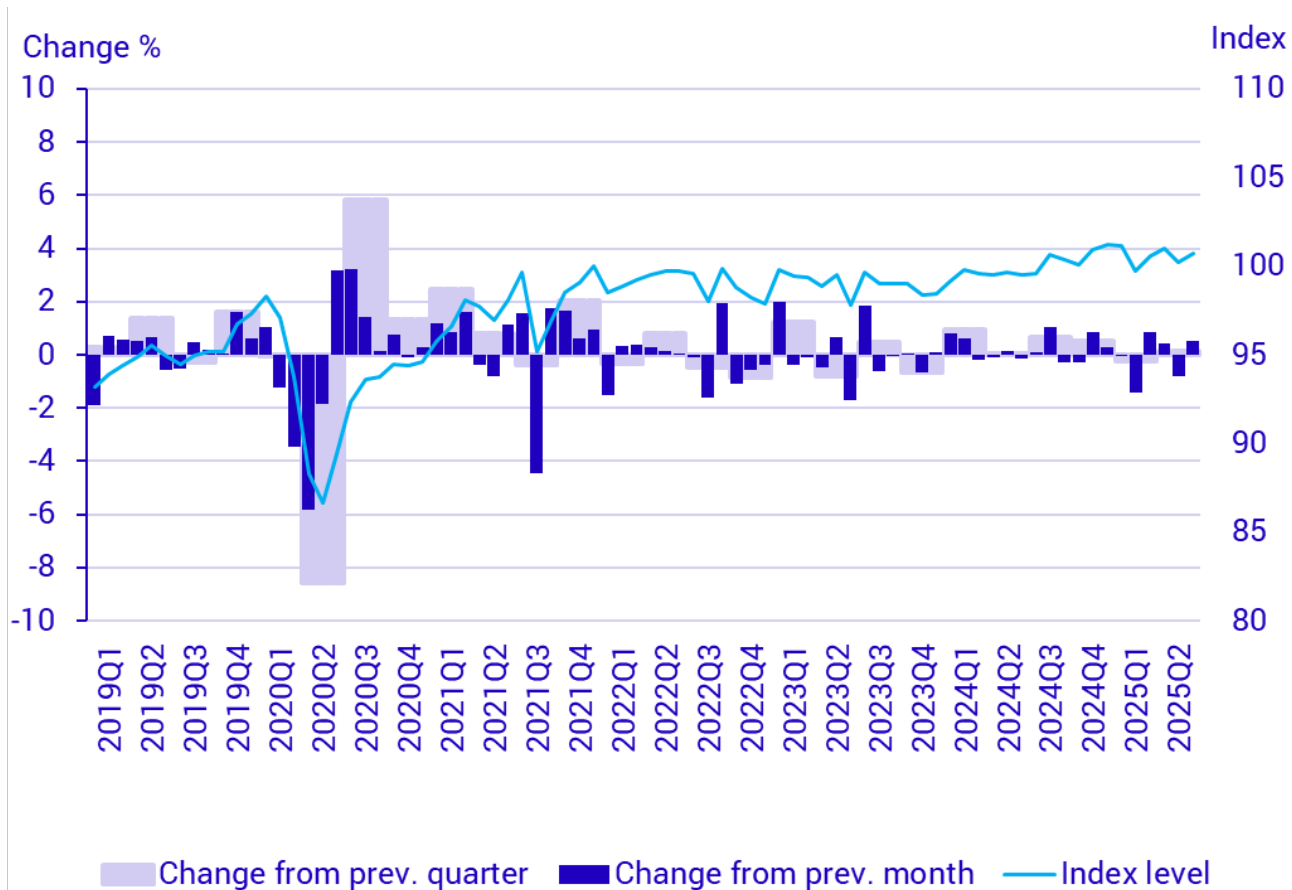


retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



**Detalj
handels
podden**

Sveriges ekonomi har inte vuxit sedan 2021





INFLATION
STAGFLATION
KRYMPFLATION
KULFLATION
TRUMPFLATION
SPÖKFLATION



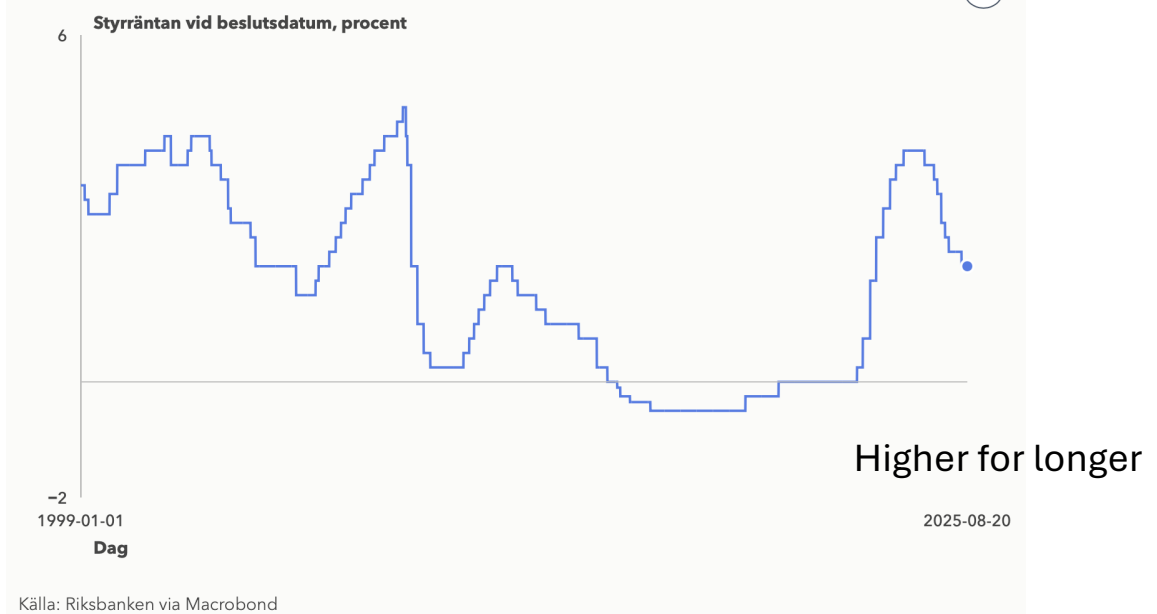
retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



Detalj
handels
podden

1. Bara för att inflationen gått ner så sjunker inte priserna
2. Hushållen upplever fortfarande att inflationen är hög
3. Många priser är parkerade på en permanent högre nivå eller fortsätter att vara instabila
4. Så gott som alla påverkas av räntehöjningar, men alla påverkas inte lika snabbt av räntesänkningar
5. Räntan kommer inte att gå tillbaka till nivån innan pandemin

Styrräntan

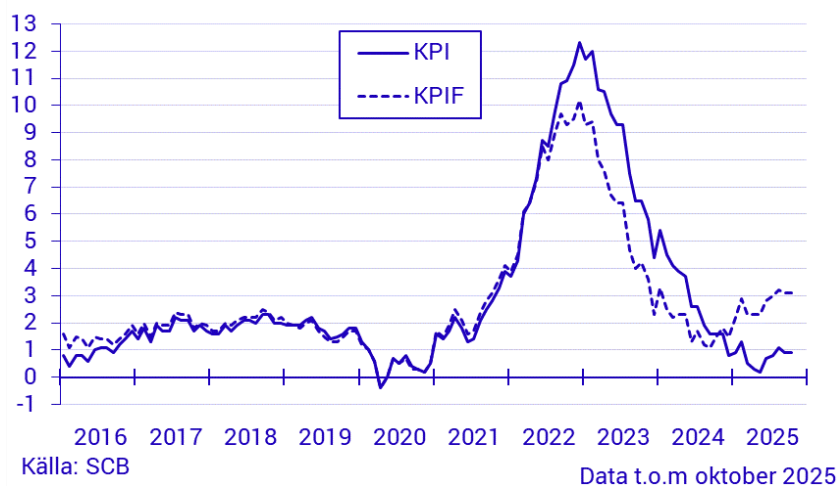


retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



**Detalj
handels
podden**

Inflationen är inte över i människors medvetande



Inflation och boräntor, medelvärden i procent exklusive extremvärden

	jul 2025	aug 2025	sep 2025	okt 2025
Uppfattad inflation nu	14,8	14,9	13,4	12,8
Förväntad inflation om 12 mån	7,9	7,8	6,9	6,7
Förväntad rörlig bostadsränta om 1 år	3,5	3,5	3,5	3,4
Förväntad rörlig bostadsränta om 2 år	3,4	3,4	3,4	3,4
Förväntad rörlig bostadsränta om 5 år	3,4	3,4	3,4	3,4



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY

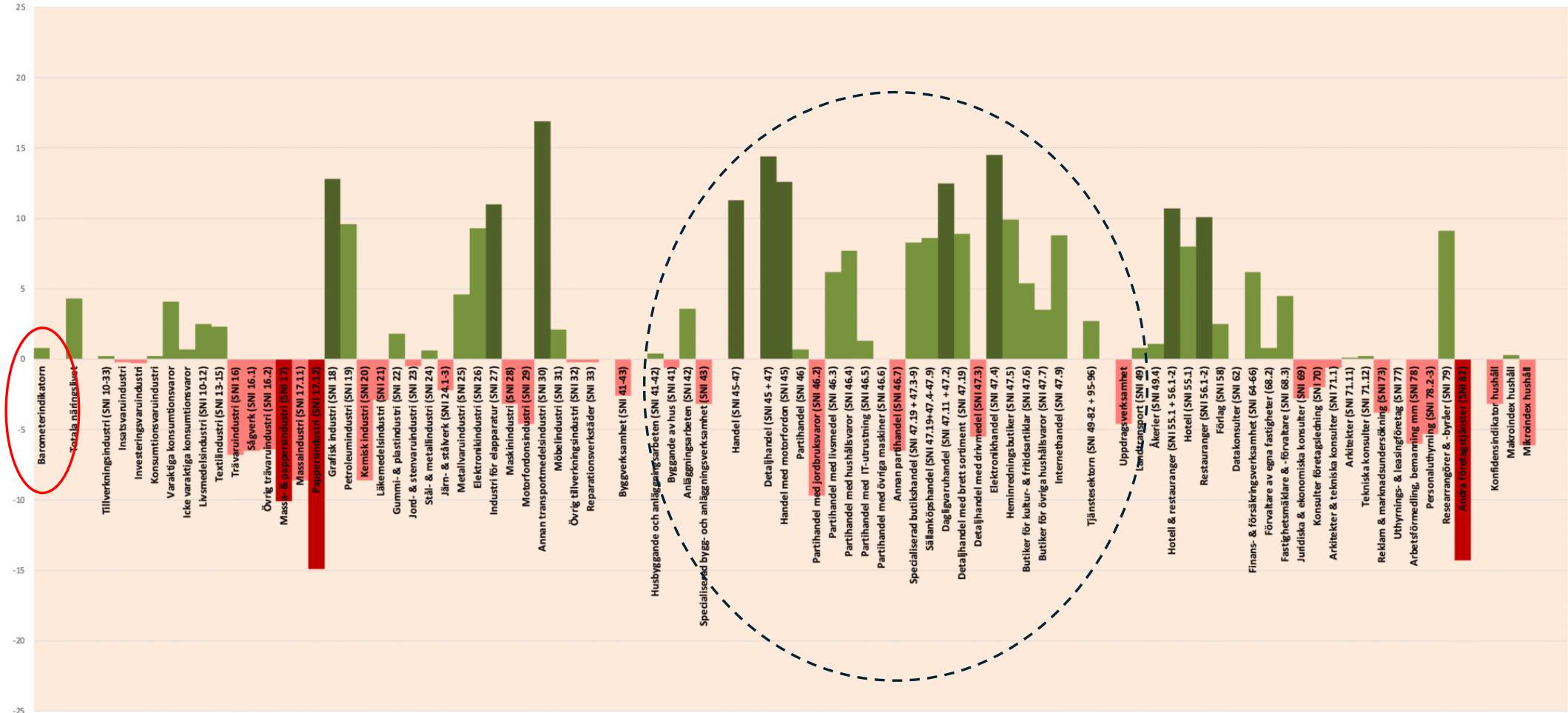


**Detalj
handels
podden**

Konjunkturläget enskilda sektorer 202510

Okt 2025
Källa: Konjunkturinstitutet
2025-11-04

■ Djup lågkonjunktur ■ Lågkonjunktur ■ Högkonjunktur ■ Överhettning



Vi är på väg upp!



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



**Detalj
handels
podden**

Vad talar för och emot ett bra 2026?

1. Inflationen balanserar nära målet-räntan står stilla
2. Hushållens köpkraft är på väg tillbaka
3. Valår - valfläsk att vänta

1. Den regelbaserade världsordningen under press – oförutsägbarhet är det enda förutsägbara
2. Långa försörjningsleder är en risk i en orolig värld - risker för volatile priser på frakt, råvaror och mat
3. Hushållen har psykologiska ärr och agerar snabbt på negative nyheter



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY

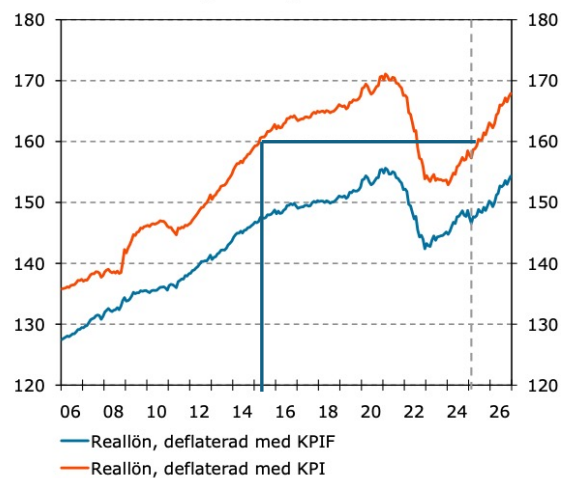


**Detalj
handels
podden**

Tre diagram som förklarar förutsättningarna för 2026

Diagram 50 Reallön

Index 1995=100, säsongsrensade månadsvärden



Källor: Medlingsinstitutet, SCB och Konjunkturinstitutet.

Diagram 65 Styrränta

Procent, månadsvärden

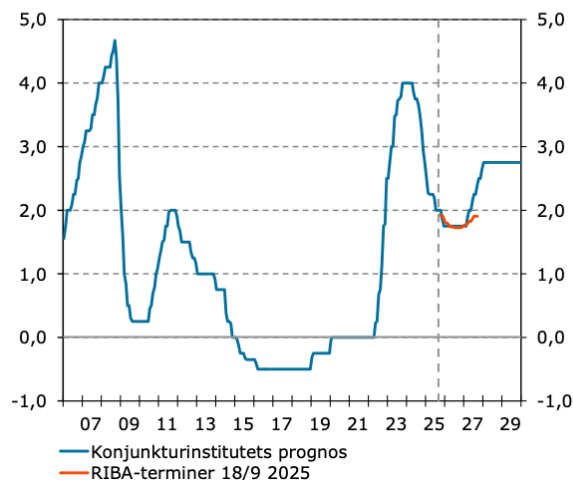
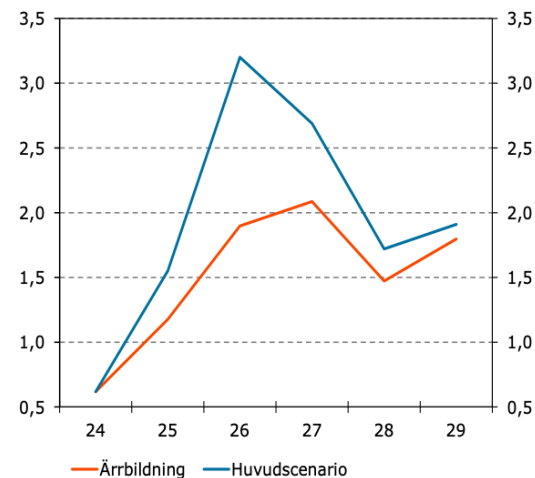


Diagram 91 Hushållens konsumtion

Procentuell förändring, fasta priser, kalenderkorrigerade värden



Källor: SCB och Konjunkturinstitutet.



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



HUR MAN LYCKAS I RETAIL

- Etablera, etablera
- Tänk globalt
- Bygg varumärket
- Läge, läge, läge
- Lansera EMV
- Väx med nya kategorier
- Större butikskoncept - destinationer
- Lansera e-handel
- Omnichannel
- Lansera online - globalt
- Digital first – mobile first
- Minska butiksytan
- Minska butiksnätet
- Endast A-lägen gäller
- D2C
- Marknadsplatser
- Influencer-marknadsföring
- Marknadsplatser
- Sociala kanaler som huvudmedia
- D2C – och tillbaka
- Influencervarumärken
- Last mile
- Den fysiska handelns återkomst
- Lågprishandeln tar andelar
- AI- skapar ett nytt effektivitetssprång

90-talet

00-talet

10s

20-talet

SANNINGAR TENDERAR ATT HA ETT BÄST-FÖRE-DATUM



?



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY

 **Detailj
handels
podden**



UNCERTAINTY AHEAD

1. Vi lever i en orolig tid
2. Världsordningen förändras framför våra ögon
3. Det har alltid funnits vinnare och förlorare, oavsett konjunktur
4. HIGHER FOR LONGER – räntorna kommer inte tillbaka till 0
5. Att växa i en marknad som inte växer kräver att man tar omsättning av någon annan
6. Differentiering på riktigt är en förutsättning för ett lyckat 2026

“People talk about market fluctuation. My feeling is that the market goes up and down in relation to the initiative and creativity of the people who create the market. Our market grows when we take initiative, invent and create. And down when we stagnate or stand still.”



Robert M Philips, former President
at Unilever



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



magnus.ohlsson@retailomania.se
0709941491

