

September 2025

STILINDEX

Modehandeln ökade i september – "tydlig plånbokseffekt"

Försäljningen av kläder ökade i september med 6,4 procent jämfört med samma månad föregående år. Även skoförsäljningen höll jämna steg, med en ökning på 6,1 procent. Månadens siffror innebär att modehandeln har uppvisat en positiv utveckling fyra månader i rad.

– Modehandeln anar ett ljus i slutet av tunneln. Det är uppenbart att vi har att göra med en tydlig plånbokseffekt. Medlemsföretagen vittnar om en stark månad inom samtliga segment. En stor andel av försäljningen skedde också till ordinarie pris, vilket visar att konsumtionen nu på allvar börjar ta fart igen. Det är välbehövligt för Handelslandet Sveriges återhämtning, säger Sofia Larsen, vd för Svensk Handel.

Men fortfarande finns stora utmaningar för branschen. Den osunda konkurrensen från onlineplattformar som kinesiska Shein innebär stora utmaningar för både stora och små modeföretag. Svensk Handel kunde nyligen visa att nästan var femte svensk handlar från Shein eller Temu en genomsnittlig månad.

– På sikt är situationen vi befinner oss i ohållbar. Det är inte en fråga om, utan när svenska företag och jobb försvinner till följd av masskonsumtion av tveksamma och ibland farliga produkter från aktörer inom ultra fast fashion. Svenska modeföretag lever mer än gärna upp till de hårda, men fullt rimliga krav som ställs på dem ur ett produktsäkerhets- och hållbarhetsperspektiv. Det är hög tid att begära samma ansvar från de kinesiska onlinegiganterna, säger Sofia Larsen.



Svenska modeföretag lever mer än gärna upp till de hårda, men fullt rimliga krav som ställs på dem ur ett produktsäkerhets- och hållbarhetsperspektiv

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

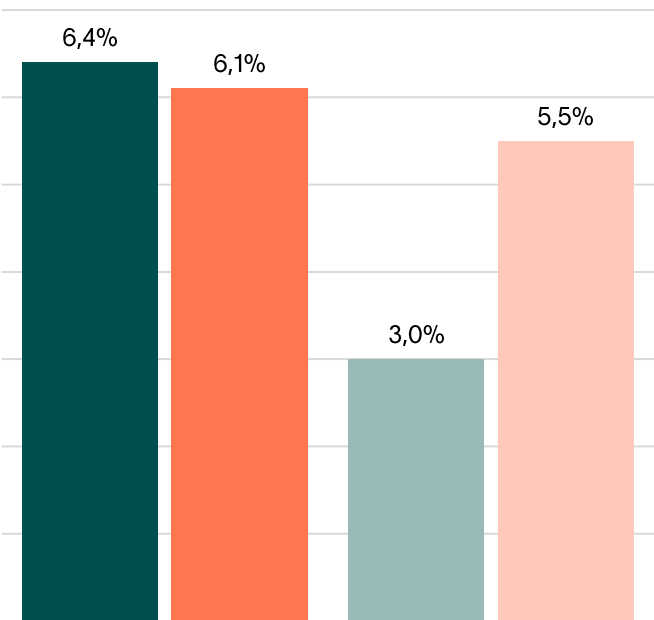


Månadens utveckling

September 2025-2024

Total

Kläder Skor

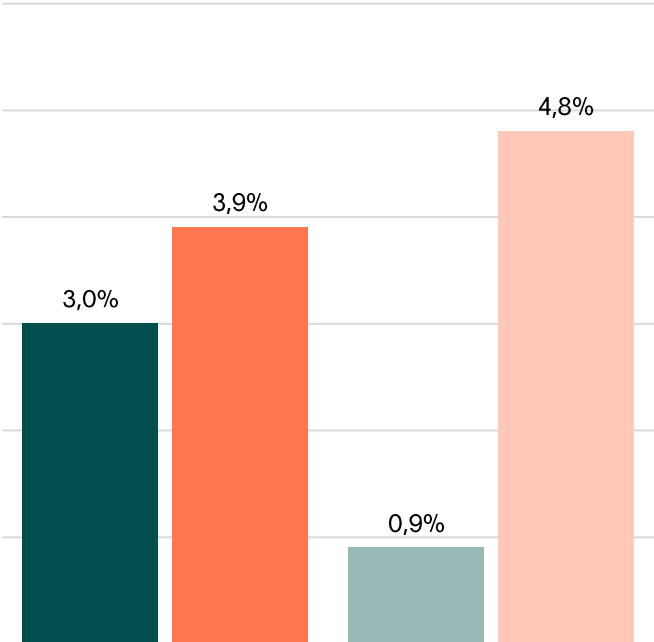


September 2025/2024

Akkumulerat jan-sep
2025/2024

Fysisk handel

Kläder Skor

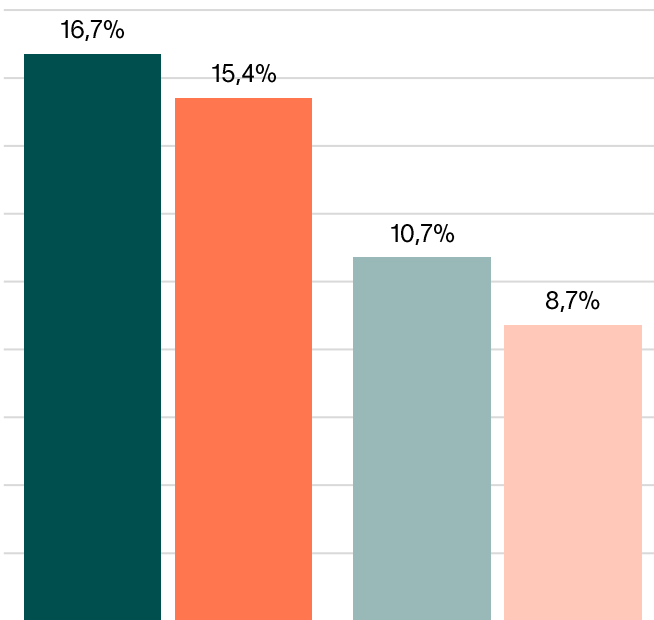


September 2025/2024

Akkumulerat jan-sep
2025/2024

E-handel

Kläder Skor



September 2025/2024

Akkumulerat jan-sep
2025/2024

Månadens utveckling

Dam



	September 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	12,0%	6,9%
Skor	12,9%	6,4%

Herr



	September 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	6,1%	0,6%
Skor	3,6%	4,3%

Barn



	September 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	1,6%	0,7%

Månadens utveckling

Låg



	September 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	5,6%	3,5%

Mellan



	September 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	6,6%	3,4%

Premium



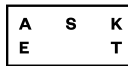
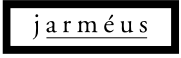
	September 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	12,6%	1,5%

Månadens utveckling

September

		September 2025/2024	September 2025/2023	Ackumulerat jan-sep 2025/2024	Ackumulerat jan-sep 2025/2023
Totalt	Kläder	6,4%	10,6%	3,0%	4,9%
	Skor	6,1%	13,4%	5,5%	8,7%
Fysisk handel	Kläder	3,0%	1,8%	0,9%	1,0%
	Skor	3,9%	9,3%	4,8%	6,1%
E-handel	Kläder	16,7%	42,2%	10,7%	20,2%
	Skor	15,4%	28,8%	8,7%	21,5%
Dam	Kläder	12,0%	24,4%	6,9%	13,3%
	Skor	12,9%	15,5%	6,4%	11,1%
Herr	Kläder	6,1%	8,9%	0,6%	1,1%
	Skor	3,6%	9,6%	4,3%	11,5%
Barn	Kläder och skor	1,6%	11,7%	0,7%	-0,7%
Låg	Kläder och skor	5,6%	x	3,5%	x
Mellan	Kläder och skor	6,6%	x	3,4%	x
Premium	Kläder och skor	12,6%	x	1,5%	x

Medverkande bolag 2025

FILIPPA K	BJÖRN BORG 	Tátch	 KÄNDA MÄRKEN. LÅGA PRISER.	CARLINGS	minfot®	Cubus	rågårds	WAKAKUU	
Rodebjer	gina tricot	Sandströms	AXEL ARIGATO	NILSONGROUP DIN SKO / SKOPUNKTEN	EUROSKO		OSCAR JACOBSON		VAGABOND SHOEMAKERS
Johnells®	CARE OF CARL	ELVINE	JEANSBOLAGET®		ADOORE	INDISKA 	PELLE 	SCORETT QUALITY MATTERS	GEGGAMOJA®
POLARN O. PYRET	 DEICHMANN	ÅHLÉNS	Kappahl	MARTY	Thun's	Cassels	FREEFOOT® FOUNDED IN 1997 PARIS	JOHN HENRIC	<i>Stenströms.</i>
BROTHERS	 MARQET	CELLBES OF SWEDEN	<i>Gudrun Sjödén</i>	Dressmann	VOLT	BERG QVIST SKOR	 ICEBUG®		 DIDRIKSONS
MINI RODINI	 DESIGN ONLY	BIKBOK	ellos		LINDEX		ANWR	JUNKYARD.	NEWHOUSE
sandelins		c'est normal™							

Om rapporten

Stilindex presenteras 10–13 dagar efter aktuell försäljningsmånad som en indikation på försäljningsutvecklingen i kläd- och skohandeln. Uppgiftslämnare är flertalet kedjor i Sverige, frivilliga inköpsarbeten samt ett antal fristående aktörer som rapporterar sin försäljning i egna butiker mätt på jämförbara enheter. En del aktörer har inte möjlighet att rapportera försäljningen uppdelad på kategorier och kanaler, utan redovisar enbart den totala försäljningen. Det medför att nyckeltal för olika uppdelningar inte är direkt jämförbara.

För insamling och bearbetning svarar HUI Research. Prenumeration via e-post kostar 995 kr ex moms. Gratis för medlemmar i Svensk Handel.

Metod för prissegmentering

Beräkning av snittpriser: Baserat på tillgänglig prisinformation har snittpriser inhämtats från aktörernas egna kanaler. Detta har gjorts för utvalda och jämförbara underkategorier för att skapa ett rättvist urval (exempelvis toppar & T-shirts, blusar & skjortor, tröjor & cardigans).

Fördelning och distribution: Utifrån aktörernas snittpriser har gränsvärden för varje enskilt segment definierats och aktörerna har fördelats enligt segmenten:

- Låg
- Mellan
- Premium

Kvalitativ bedömning: För aktörer med otillräcklig prisinformation eller utan jämförbara underkategorier har en individuell klassificering gjorts av HUI:s analytiker.

Vid frågor kontakta
Svensk Handels pressjour:
010 47 18 650
svenskhandel.se