

# Svenskt mode 2025

---

**SH** Svensk  
Handel

**SFC**  
SWEDISH FASHION COUNCIL

**STOCKHOLM  
FASHION DISTRICT**  
FOUNDED BY TRADE PARTNERS SWEDEN

# Svenskt mode 2025

Ges ut av Svensk Handel tillsammans med Swedish Fashion Council och Stockholm Fashion District



## Svensk Handel

Svensk Handel är en bransch- och arbetsgivarorganisation för små och stora företag inom parti-, detalj- och e-handeln. På våra drygt 9 000 medlemsföretag arbetar idag sammanlagt 260 000 människor. Svensk Handel är den svenska handelns arbetsgivarpart som förhandlar fram och sluter kollektivavtal med fackförbunden. Vår främsta uppgift är att påverka och förbättra villkoren för handelns företag för att på så sätt bidra till att stärka handeln och öka medlemsföretagens lönsamhet. Vi arbetar med samhällspåverkan och har kontinuerligt kontakt med politiker, myndigheter och massmedier om handelns utmaningar och förutsättningar.



## Swedish Fashion Council

Swedish Fashion Council är en organisation som ämnar främja, utbilda och innovera svensk modebransch för att bli konkurrenskraftig och positionera Sverige som globalt ledande i en ny era. Visionära och kreativa ställningstaganden, tillsammans med ett starkt community, gör Swedish Fashion Council till en avgörande aktör i omställningen av modeindustrin. Organisationen arbetar med att initiera och driva forskningsprojekt, tillhandahålla branschrapporter och främja nästa generations talanger genom inkubatorprogrammet SFC [Incubator].



## Stockholm Fashion District

Stockholm Fashion District är Sveriges affärsmötesplats för modeindustrin, med ett starkt fokus på handel. Genom showrooms, mässor och nätverksevenemang kopplar vi samman varumärken med inköpare och återförsäljare, både nationella och internationella. Distriktet besöks årligen av designers, e-handelsaktörer, återförsäljare, internationella delegationer och andra viktiga aktörer inom branschen. Vi driver tillväxt och innovativ hållbarhet, och stärker Sveriges position som en ledande global modeaktör. Stockholm Fashion District är grundat och drivs av Trade Partners Sweden, en medlemsorganisation med över 110 års erfarenhet av internationell handel.

# Innehållsförteckning



## Modebranschens ekonomi s.5

Omsättning  
Del av BNP och bidrag till skatteintäkterna  
Export  
Butiks- och e-handelsutveckling  
Lönsamhet och hyresnivåer

## Modebranschens företag och butiker s.10

Antal företag  
Nystartade företag och konkurser  
Förändring av butiksbeståndet

## Modebranschens anställda s.13

Antal anställda  
Sysselsatta per kön, ursprung och ålder

## Marknadstrender och utveckling i modebranschen s.15

Konkurrens från kinesiska lågprisplattformar  
Second hand med mode  
AI i modebranschen

## Rapportens metod, definitioner och källor s.18



# Svenskt mode 2025

Få branscher rymmer lika många kontraster som mode. Det är samtidigt en global miljardindustri och en kreativ och kulturell kraft byggd på känsla, identitet och uttryck. En bransch där teknik, innovation och estetik samverkar – och där plaggen vi bär säger något om vilka vi är, vad vi står för och vilken värld vi vill tillhöra.

Svenska modemärken har länge haft ett starkt internationellt anseende. Ett svenskt ursprung signalerar kvalitet, hållbarhet och ett genomtänkt formspråk. Det syns också i siffrorna: på bara några år har den svenska modeexporten fördubblats och uppgår nu till omkring 41 miljarder kronor, ett bidrag som skapat över 12 000 arbetstillfällen i Sverige.

Samtidigt befinner sig branschen i en tid av omställning. Sedan 2019 har antalet modeföretag i Sverige minskat med 1 400 stycken, främst inom detaljhandel, partihandel och tillverkning. E-handeln fortsätter växa, och marknaden koncentreras nu till färre, men allt mer resursstarka aktörer.

Samtliga organisationer bakom denna rapport står bakom principen om fri konkurrens på lika villkor. Våra medlemmar verkar bäst i en miljö där samma regelverk gäller för alla. Därför ser vi med oro på hur de kinesiska plattformarna, i synnerhet Shein och Temu, fortsätter att växa och ta marknadsandelar.

För en bransch som redan utmanats av minskad köpkraft, förändrade konsumentbeteenden och en osäker omvärld är det djupt problematiskt att oseriösa aktörer får en genväg in på den svenska marknaden och utan att omfattas av samma krav och kontroller som inhemska företag.

Trots utmaningarna finns starka skäl till optimism. Den snabba utvecklingen inom AI gör att det skapas nya möjligheter för innovation, cirkularitet och framtidens affärsmodeller. En ny generation av talanger har dessutom vuxit fram, inom såväl design som teknik och positionerat sig som framtidsförebilder och tillväxtbolag på den internationella scenen. Second hand-marknaden fortsätter även att öka sin tillväxt och väntas omsätta närmare 20 miljarder kronor inom tio år. Tillsammans kan dessa krafter bana väg för en ny era för svenskt mode.

Den här rapporten syftar till att belysa modebranschens omfattning, utveckling och betydelse för Sveriges ekonomi. "Svenskt Mode" är en del av en årligt återkommande rapportserie som fångar utvecklingen och förändringskraften inom en av landets mest dynamiska och ekonomiskt betydelsefulla branscher.

**Sofia Larsen**  
Vd, Svensk Handel

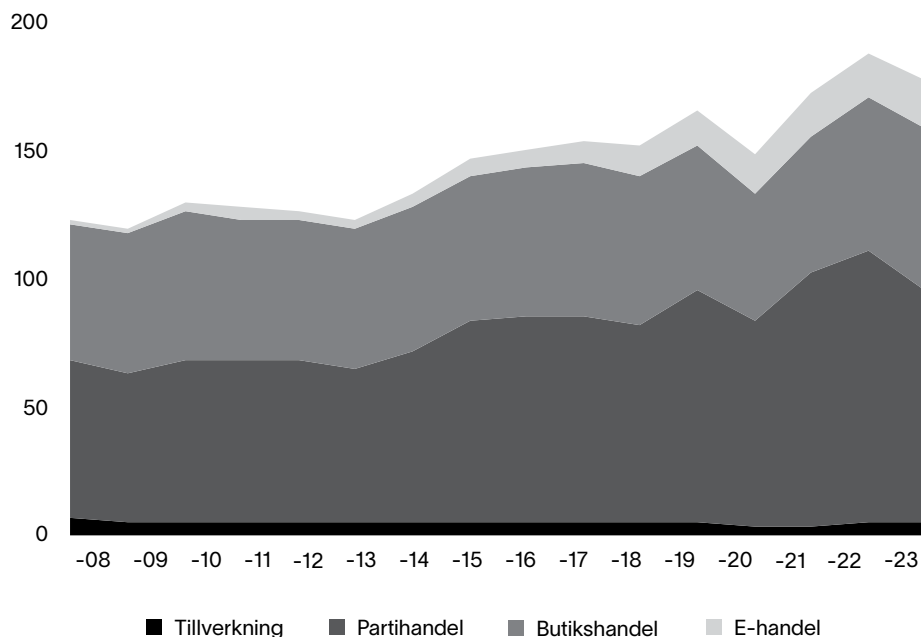
**Jennie Rosén**  
Vd, Swedish Fashion Council

**Helena Waker**  
Vd, Trade Partners Sweden och  
Stockholm Fashion District

# Modebranschen har växt med 55 miljarder mellan 2008 och 2023

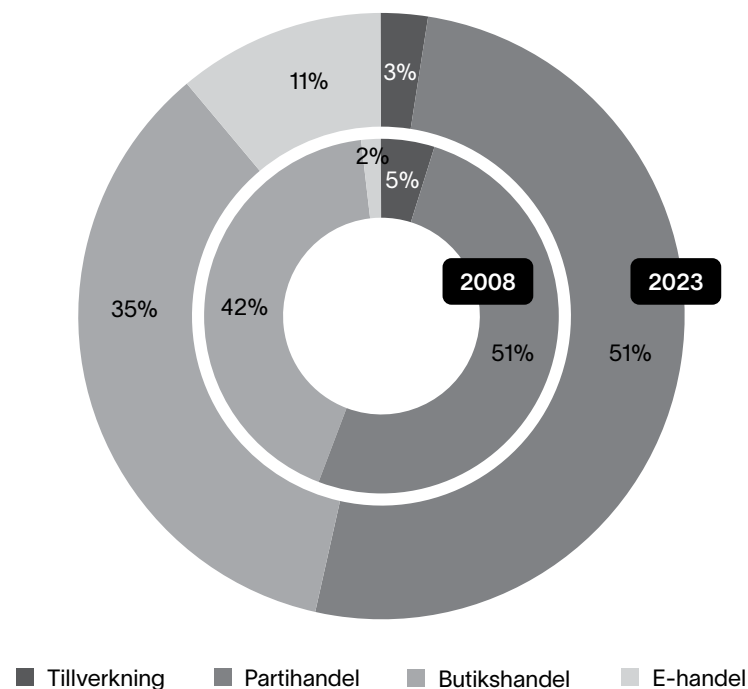
År 2023 uppgick den svenska modebranschens omsättning till 178 miljarder kronor. Partihandeln stod för hälften av omsättningen i branschen, följt av butikshandeln som stod för drygt en tredjedel och e-handeln som stod för en tiondel av omsättningen. Tillverkning stod i sin tur för en mycket liten del av omsättningen i branschen. Under perioden 2008 till 2023 ökade den svenska modebranschens omsättning med en genomsnittlig årlig tillväxttakt på 2,5 procent. Det var lägre än ekonomin som helhet, som i snitt växte med 4,2 procent under samma period. Modebranschen har uppvisat en stark återhämtning efter pandemin, men den positiva trenden bröts under 2023 då omsättningen minskade med 6 procent, på grund av en svag utveckling i partihandeln. Det tuffa ekonomiska läget var sannolikt en bidragande faktor.

Modebranschens omsättning (mdkr)



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Andel av modebranschens omsättning



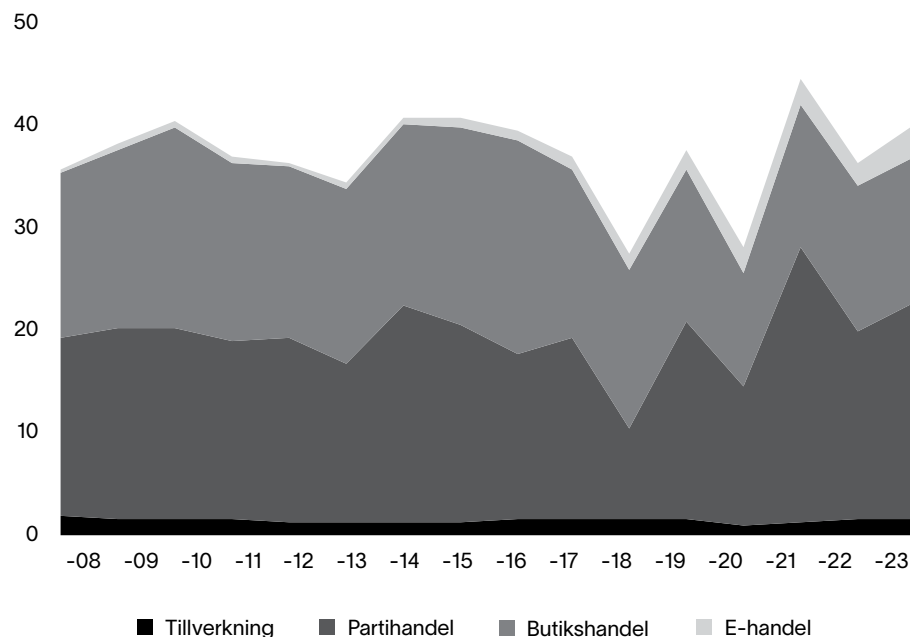
Källa: SCB, Företagens ekonomi

## 178 miljarder kr

Modebranschens nettoomsättning år 2023

# Modebranschen bidrar till Sveriges ekonomi och välfärd

Modebranschens bidrag till BNP (mdkr)



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Modebranschen stod för 0,7 procent av Sveriges BNP år 2023. Partihandeln gav störst bidrag till BNP, följt av butiks- och e-handeln. Trots att omsättningen i partihandeln med mode minskade under 2023 så ökade dess bidrag till Sveriges BNP. Tillverkning stod för en jämförelsevis liten del av modebranschens BNP-bidrag.

Modebranschen bidrog med 22 miljarder kronor till de offentliga finanserna år 2023, vilket motsvarande en procent av Sveriges totala skatteintäkter. Det innebär att var hundra skattekrona genererades i modebranschen. Moms stod för den största delen av modebranschens skatteintäkter, följt av arbetsgivaravgifter.

Modebranschens skatteintäkter  
motsvarar kostnaden för att anställda

**31 500**

poliser

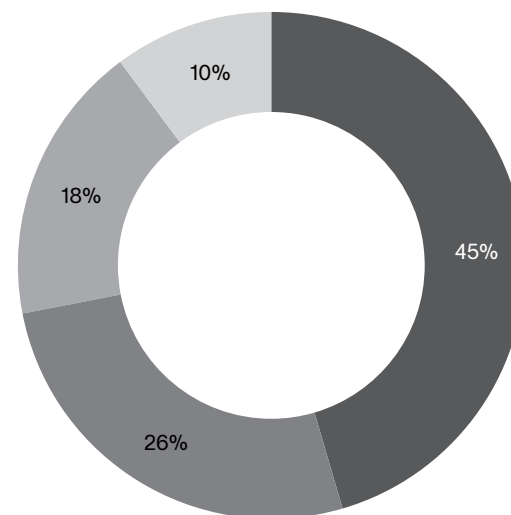
Källa: SCB, Företagens ekonomi och  
Lönestrukturstatistik samt egna beräkningar

**1/100**

skattekronor genereras i  
modebranschen

Källa: SCB, Företagens ekonomi

Modebranschens skatteintäkter



■ Moms ■ Arbetsgivaravgift ■ Inkomstskatt ■ Bolagsskatt

Källa: SCB, Företagens ekonomi

# Svensk modeexport har satt Sverige på världskartan

Den svenska modeexporten spelar en betydande roll för Sveriges varumärke internationellt. Företag som H&M, Acne Studios och Totême har satt svensk design på världskartan och etablerat Sverige som ett stilmedvetet land. Den svenska modeexporten uppgår till runt 41 miljarder kronor per år, men den svenska modebranschens globala avtryck är ännu större än vad siffrorna visar. Genom utländska dotterbolag och filialer säljer svenska modeföretag nämligen varor för hundratals miljarder kronor varje år.

Den ökade digitaliseringen och globaliseringen har gjort att allt fler svenska modeföretag framgångsrikt har sökt sig utanför Sveriges gränser för att nå sin fulla potential. Sedan år 2016 har den svenska modebranschens export fördubblats. Modeexporten bidrar även till att skapa arbetstillfällen – runt 12 000 svenska jobb beräknas ha genererats av modebranschens export.

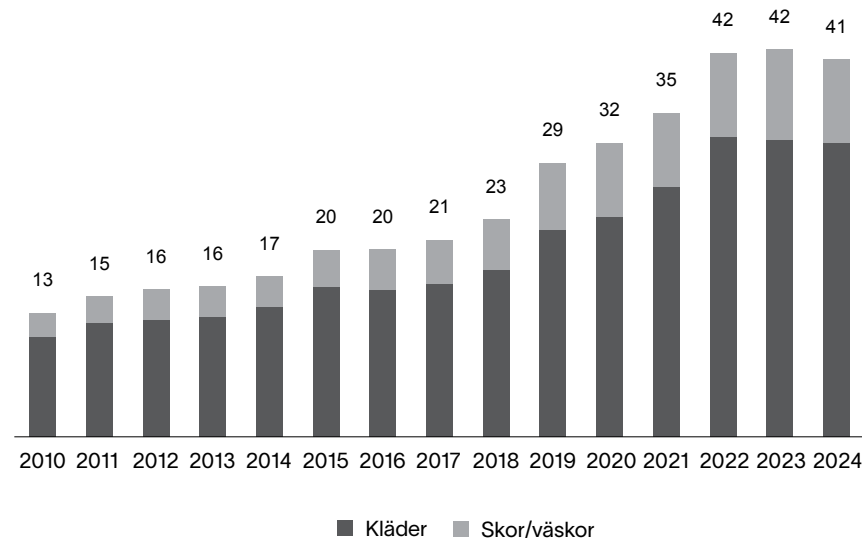
# 12 000

Svenska jobb beräknas ha generats av modebranschens export

Källa: SCB, Utrikeshandel och Företagens ekonomi samt egna beräkningar

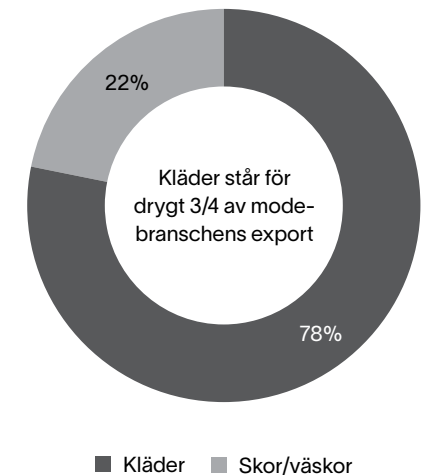


Modebranschens export (mdkr)



Källa: SCB, Utrikeshandel

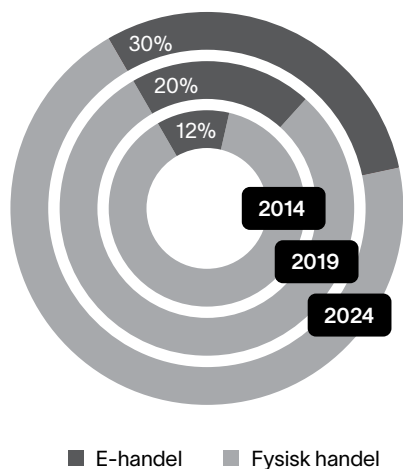
Modebranschens export per kategori



Källa: SCB, Utrikeshandel

# Svag utveckling och e-handelsskifte i kläd- och skohandeln

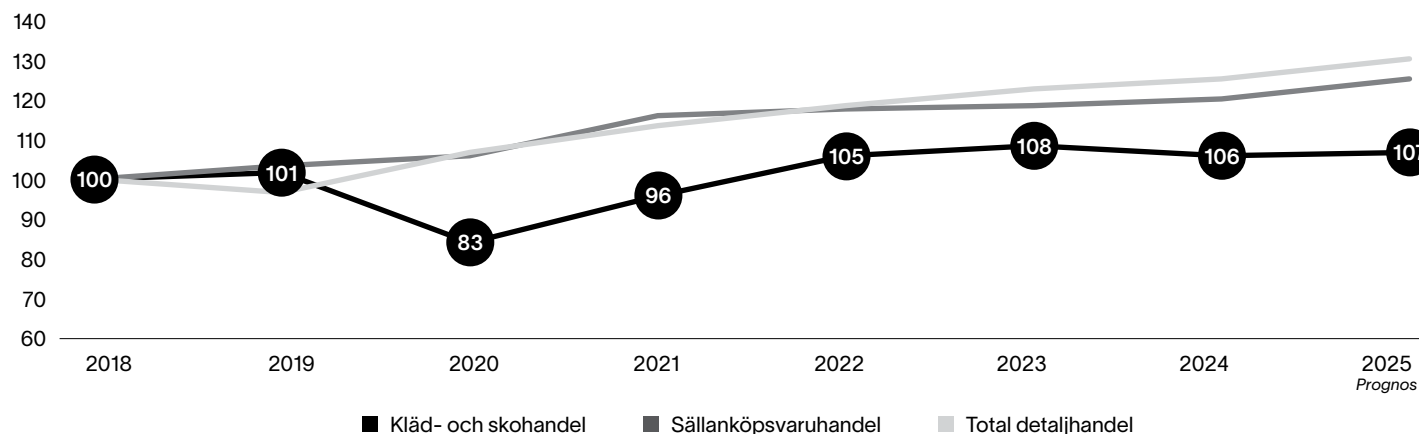
## E-handelsandel i kläd- och skohandeln



Källa: PostNord, E-barometern

## Omsättningsutveckling

Index 100 = år 2018, inkluderar fysisk handel och e-handel



Källa: Handelsfakta, Detaljhandelns försäljning och HUI, Detaljhandelns konjunkturrapport

Kläd- och skohandeln är en av de största detaljhandelsbranscherna i Sverige, med en försäljning på 73 miljarder kronor år 2024. Denna del av modebranschen drabbades hårt av coronapandemin på grund av färre sociala aktiviteter och hemarbete, som minskade behovet av nya plagg. Under 2021 minskade försäljningen med 18 procent, och butikshandeln drabbades särskilt hårt. Därefter har en viss återhämtning skett, men kläd- och skohandeln har haft en svagare tillväxt än sällanköpsvaruhandeln som helhet under perioden.

Kläd- och skohandeln har en hög e-handelsandel och var en av de branscher som tidigast påbörjade sin digitala förflyttning. Mellan år 2014 och 2024 ökade e-handeln med kläder och skor med 261 procent. E-handelstillväxten i branschen accelererade under coronapandemin, och efter pandemins slut var kläd- och skohandeln en av få branscher som fortsatte uppvisa positiv e-handelstillväxt år för år. År 2019 stod e-handeln för en femtedel av försäljningen i kläd- och skohandeln, men år 2024 hade denna andel ökat till närmare än tredjedel.

## 2 av 5

E-handlade kläder och skor år 2024

Källa: PostNord, E-barometern

## 73 mdkr

Omsättning i kläd- och skohandeln år 2024

Källa: Handelsfakta, Detaljhandelns försäljning

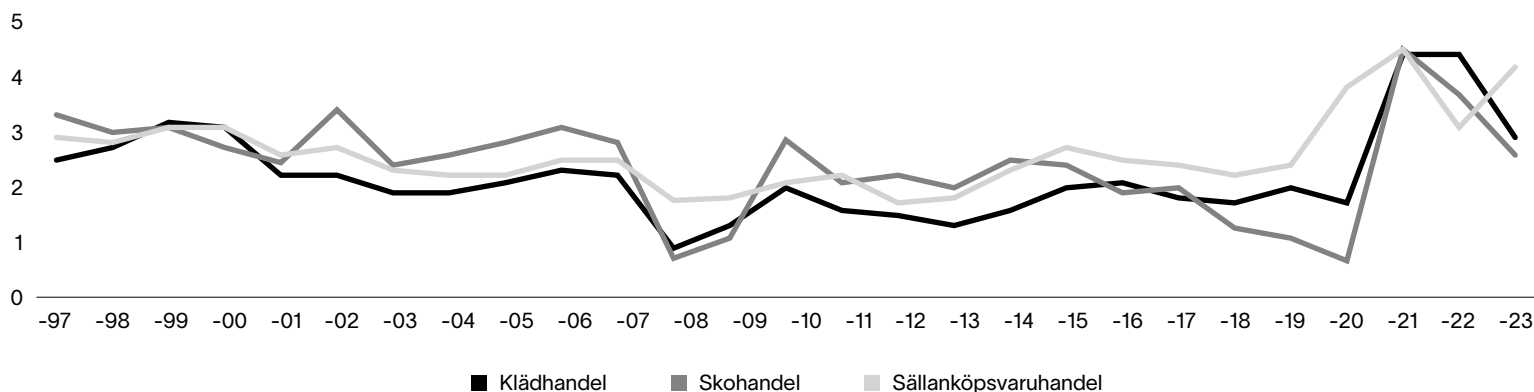
# Pressad lönsamhet och höga hyresnivåer i kläd- och skohandeln

Fram till år 2020 hade rörelsemarginalen i klädhandeln och skohandeln under en längre tid legat runt 1-2 procent. Detta är en nivå där det kan vara svårt för företag att överleva, särskilt om det sker oväntade förändringar i kostnadsmassan eller efterfrågan som under coronapandemin och den efterföljande lågkonjunkturen. Efter år 2020 såg det ut som att rörelsemarginalen ökade, men en viktig förklaring till detta var att många företag fick ta del av statliga stöd samt att många anställda permitterades. Efter pandemins slut har rörelsemarginalen i klädhandeln och skohandeln börjat gå ned igen. Lönsamheten i branschen har pressats av framväxten av "fast fashion", internationell konkurrens och växande e-handel samtidigt som många aktörer drabbats av kostnadsökningar i form av exempelvis hyreshöjningar och ökade inköpspriser.

Kläd- och skohandeln är den av handelns delbranscher där butikerna betalar högst andel av sin omsättning i hyra. I snitt ligger hyreskostnadens andel av omsättningen på 15 procent – och ännu högre i storstäderna. I Stockholm utgör hyran för kläd- och skohandeln i snitt 24 procent av omsättningen. I Göteborg och Malmö är siffran 19, respektive 16 procent. Detta är nivåer som ofta är långt över vad ett företag kan bära, och de höga hyresnivåerna har varit en starkt bidragande faktor till att 1 670 kedjeanslutna kläd- och skobutiker har stängt mellan år 2017 och 2024.



Rörelsemarginal (median)



Källa: SCB, Företagens ekonomi

15%

Hyreskostnadens andel av omsättningen för kläd- och skobutiker i Sverige

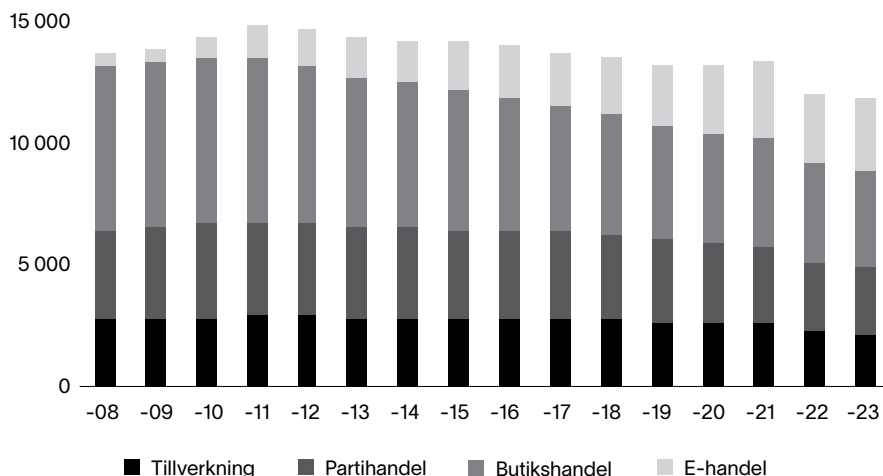
24%

Hyreskostnadens andel av omsättningen för kläd- och skobutiker i Stockholm

Källa: Svensk Handel, Hyresdatabasen 2023  
Svensk Handel gör årligen en datainsamling och analys av den svenska sällanköpsvaruhandels hyressättning. Hyresdatabasen har en täckning på 20 procent av Sveriges kedjeförda sällanköpsvarubutiker.

# Färre företag i modebranschen än före pandemin

Antal företag i modebranschen



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Genomsnittlig omsättning per företag i modebranschen år 2023 (mkr)

**2,0**      **32,7**      **16,2**      **6,9**

Tillverkning

Partihandel

Butikshandel

E-handel

Källa: SCB, Företagens ekonomi

År 2023 bestod den svenska modebranschen av strax över 11 700 företag. Sedan år 2019 har antalet företag minskat med drygt 1 400 stycken, samtidigt som nettoomsättningen har ökat med 12 miljarder under perioden. Butikshandeln stod för störst andel av minskningen, men även i partihandel och tillverkning skedde betydande tapp. Gällande e-handeln har antalet företag i stället ökat med 352 stycken sedan år 2019, även om en liten minskning har skett efter pandemins slut. Över tid har modebranschen koncentrerats till färre, men större, företag som genom sin storlek kan uppnå skalfördelar och har större möjligheter att hantera ökade kostnader och göra större investeringar.

Snittomsättningen per företag skiljer sig stort mellan olika delar av modebranschen. En partihandlare omsätter i snitt närmare 33 miljoner kronor per år, vilket är mer än dubbelt så mycket som ett företag i butikshandeln. E-handeln består i sin tur fortfarande av många omsättningsmässigt små företag, vilket möjliggjorts av att e-handeln haft relativt låga uppstartskostnader och inträdesbarriärer.

Förändring i antal företag i modebranschen år 2008-2023

**-578**

Tillverkning

Källa: SCB, Företagens ekonomi

**-869**

Partihandel

**-2 821**

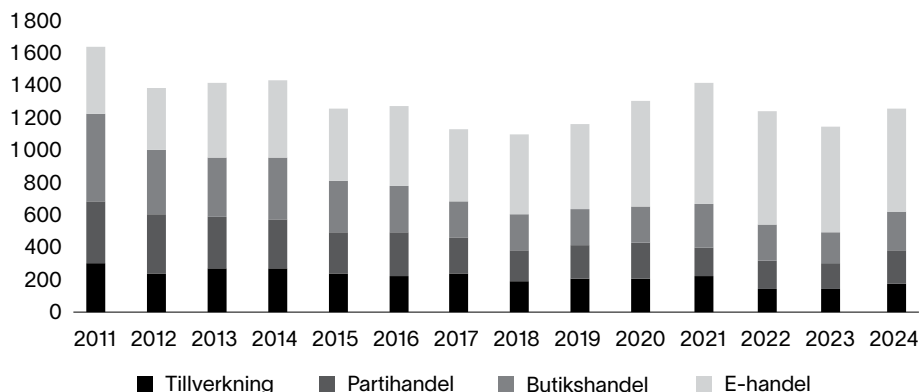
Butikshandel

**+2 419**

E-handel

# Uppsving i antalet nystartade butiksföretag i modebranschen

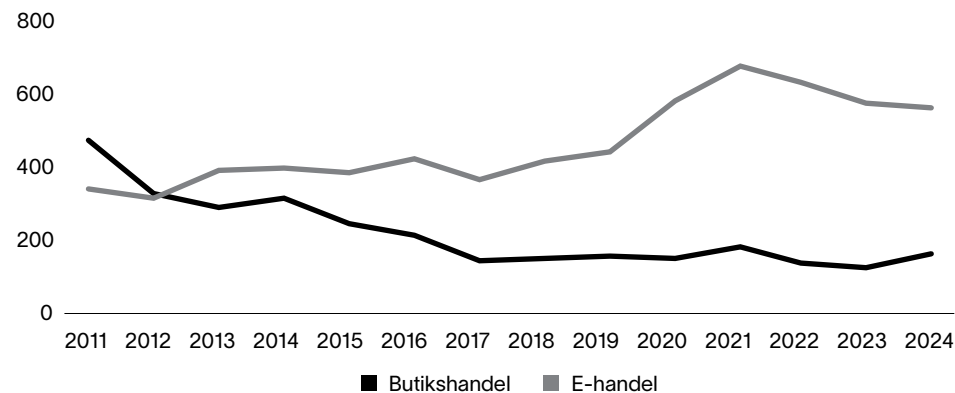
## Antal nystartade företag i modebranschen



Källa: Tillväxtanalys, Nystartade företag

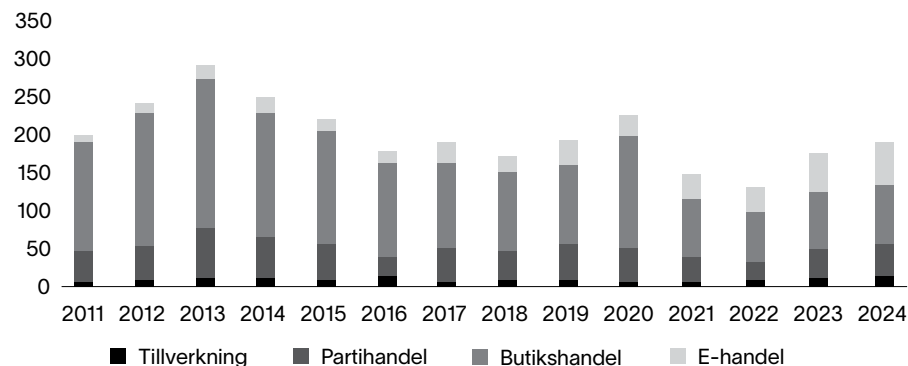
Sedan år 2011 har det i snitt startats 1 300 nya företag i modebranschen varje år. E-handeln har länge stått för störst andel av de nystartade företagen. Mellan år 2020 och 2024 startade i genomsnitt tre gånger fler e-handelsföretag än butiksföretag. En topp nåddes år 2022 – mitt under coronapandemin – då nästan tre av fem nystartade företag i modebranschen var e-handelsföretag. Ett trendbrott skedde år 2024 då en tydlig ökning av antalet nystartade butiksföretag i stället inträffade. Under 2024 startade 238 butiksföretag, vilket var 41 fler än året innan. Samtidigt startade färre nya e-handelsföretag än året innan.

## Antal nystartade företag i modebranschen



Källa: Tillväxtanalys, Nystartade företag

## Antal konkurser i modebranschen



Källa: Tillväxtanalys, Konkurser

Sedan år 2011 har i snitt 200 företag i modebranschen gått i konkurs varje år. Under det första pandemiåret, år 2020, skedde en topp i konkurserna. Till följd av statliga stöd, som infördes för att hjälpa företag genom pandemin, låg konkurserna på en rekordlåg nivå under 2021 och 2022 – för att därefter ta fart igen. Antalet konkurser inom e-handeln fördubblades mellan år 2020 och 2024. Detta kan sannolikt förklaras av att e-handeln utgjorde en allt större del av modebranschen generellt, men också av en ökad konkurrens bland e-handelsaktörerna.

# Kläd- och skohandeln stod för en fjärdedel av butiksstängningarna

Kläd- och skohandeln stod för drygt en fjärdedel av alla butiksstängningar av kedjeanslutna butiker i detaljhandeln mellan åren 2017 och 2024. Kläd- och skohandelns kedjeanslutna butiksbestånd minskade med 28 procent under perioden, vilket motsvarade en nettominskning med fler än 1 000 butiker. Under samma period minskade detaljhandelns totala kedjeanslutna butiksbestånd med 8 procent. Flest butiker i kläd- och skohandeln stängde under åren 2020-2021 i samband med pandemin som satte hård press på den fysiska handeln. Detta i synnerhet i kläd- och skohandeln eftersom behovet av nya plagg minskade.

En viktig förklaring till butiksdöden i kläd- och skohandeln har varit branschens kraftiga e-handels-tillväxt, där e-handelsandelen har ökat från 16 till 30 procent mellan år 2017 och 2024. Butikens roll har till viss del förändrats – från att vara en plats där köpet sker till att mer och mer agera som ett showroom för e-handeln, där konsumenterna kan inspireras och prova varor. Därtill har kläd- och skohandeln utmaningar med höga hyresnivåer – särskilt i storstäderna – som har gjort det svårt för många butiker att nå lönsamhet i butik.



-1 670

Kedjeanslutna kläd- och skobutiker har stängt mellan åren 2017-2024

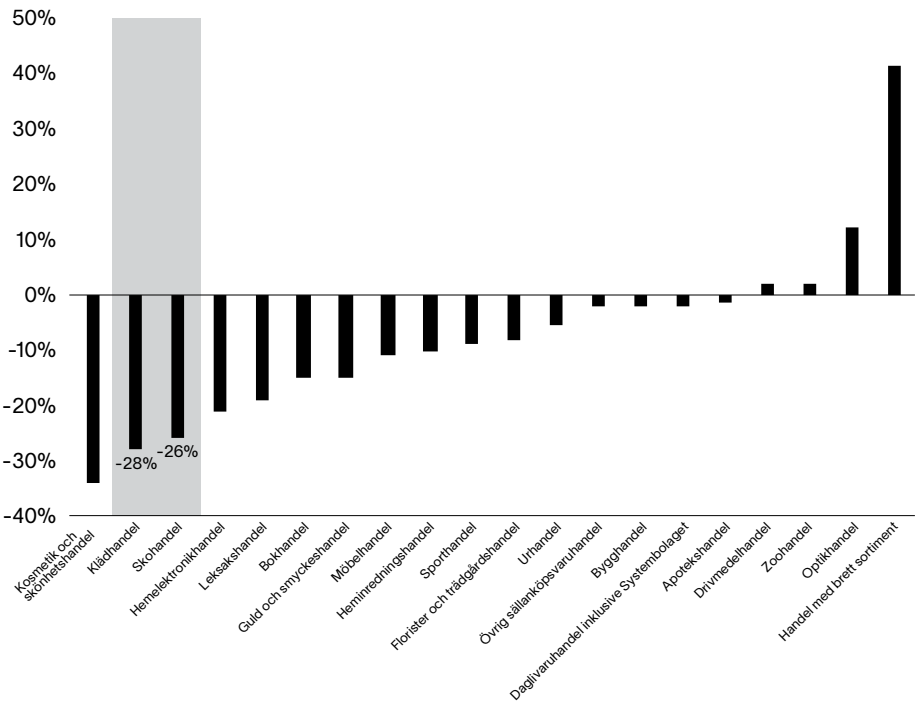
Källa: HUI:s butiksdatas

+651

Kedjeanslutna kläd- och skobutiker har öppnat mellan åren 2017-2024

Källa: HUI:s butiksdatas

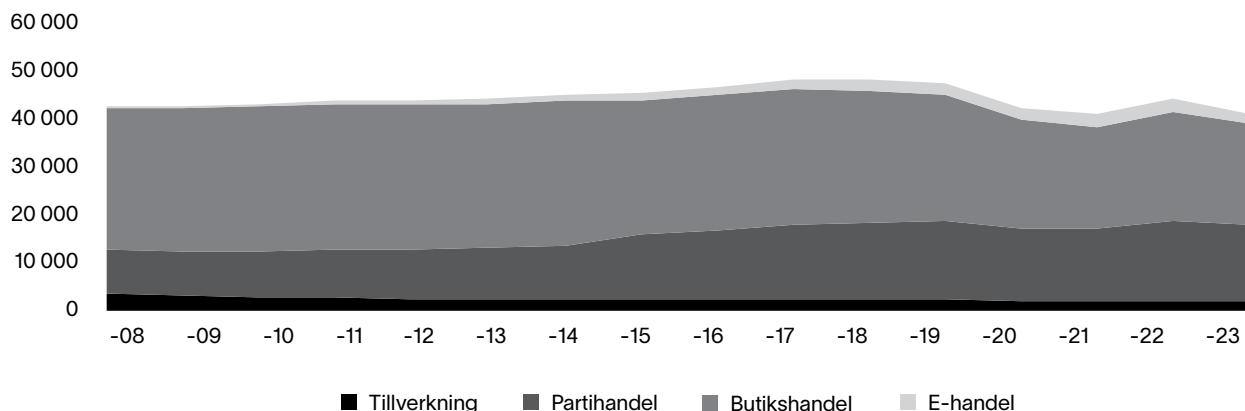
Utveckling i antal kedjeanslutna butiker år 2017-2024



Källa: HUI:s butiksdatas

# Nedskärningar i antal anställda under pandemi och lågkonjunktur

Antal anställda i modebranschen



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Omsättning per anställd i modebranschen  
år 2023 (mkr)

|     |              |
|-----|--------------|
| 2,5 | Tillverkning |
| 5,7 | Partihandel  |
| 3,0 | Butikshandel |
| 8,8 | E-handel     |

Källa: SCB, Företagens ekonomi

År 2023 arbetade närmare 41 000 personer i den svenska modebranschen – en minskning med drygt 1 500 personer jämfört med år 2008. Den största nedgången har skett inom butikshandeln, där antalet anställda minskat med nästan 8 200 personer under perioden. Även inom tillverkning har antalet anställda minskat med omkring 1 700 personer. Samtidigt har utvecklingen gått i motsatt riktning inom partihandeln och e-handeln. Inom e-handeln har antalet anställda mer än tredubblats sedan år 2008. Partihandeln har också vuxit kraftigt, med över 70 procent fler anställda år 2023 jämfört med år 2008.

Antalet anställda minskade kraftigt under coronapandemin, särskilt i butikshandeln. Efter en viss återhämtning efter pandemins slut sjönk antalet anställda återigen år 2023. Den rådande lågkonjunkturen och företagens behov av att göra kostnadsnedskärningar var sannolikt en bidragande orsak.

E-handelns framväxt har varit modebranschens produktivetsmotor. En anställd i e-handeln genererade ungefär tre gånger högre omsättning än en anställd i butikshandeln år 2023.



# Modebranschen är en kvinnodominerad bransch

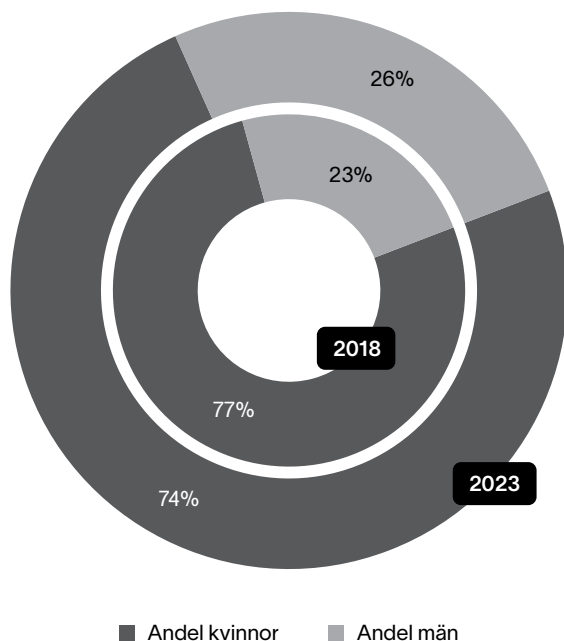
Fler än sju av tio anställda i modebranschen var kvinnor år 2023. Fördelningen mellan män och kvinnor har dock jämnat ut sig något över tid. Mest förskjuten är fördelningen i butiks- och e-handeln med mode, där 83 procent av de anställda är kvinnor. I partihandeln med mode är andelen kvinnor 62 procent och jämnast fördelning har tillverkning, där 56 procent av de anställda är kvinnor.

Butiks- och e-handeln, som är den del av modebranschen som sysselsätter flest personer, utgörs till 28 procent av unga personer i åldrarna 16-24 år. Det tyder på att många unga får sitt första jobb här och att det fungerar som en viktig inkörsport till arbetsmarknaden. Inom partihandeln och tillverkning är andelen sysselsatta under 25 år däremot bara 8 procent.

Var femte person som arbetar i modebranschen är född utanför Sverige. Andelen utrikes födda i modebranschen låg på 19 procent under år 2023, vilket är en ökning sedan år 2008 då endast 12 procent av de som arbetade i modebranschen var utrikes födda.

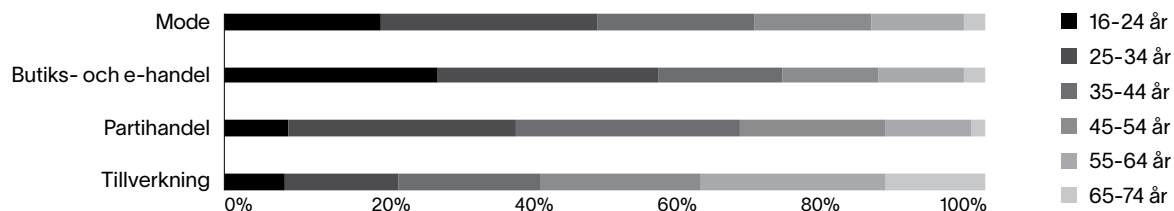


## Sysselsatta fördelat på kön i modebranschen



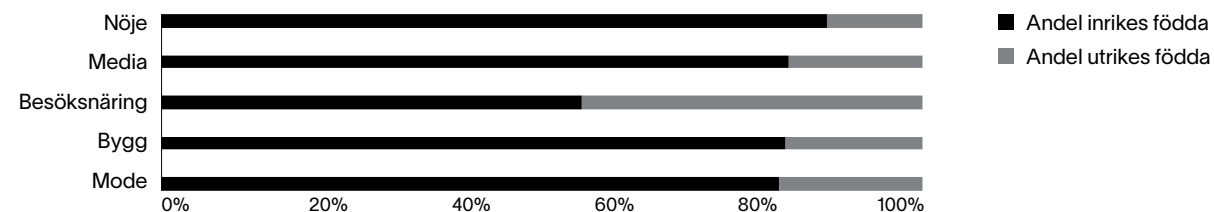
Källa: SCB, BAS

## Sysselsatta fördelat på ålder i modebranschen år 2023



Källa: SCB, BAS

## Sysselsatta fördelat på ursprung år 2023



Källa: SCB, BAS

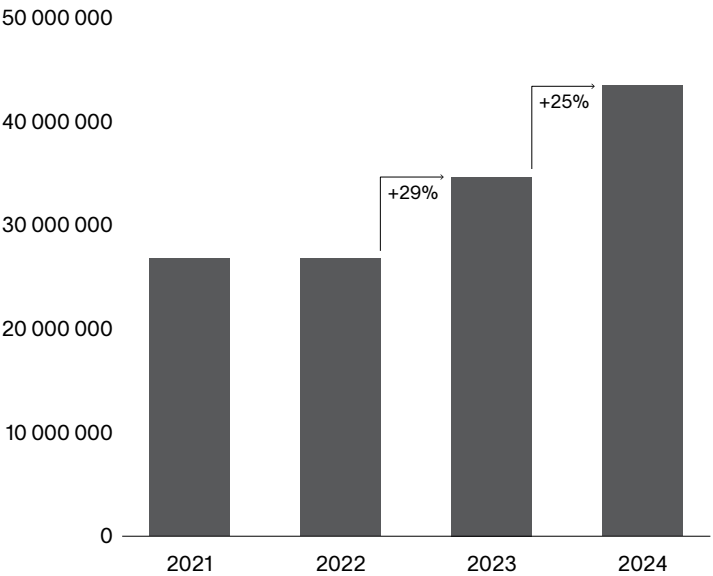
# Kinesiska lågprisplattformer konkurrerar på ojämna villkor

## Konsumenternas favoritbutiker online år 2024

|     |           |
|-----|-----------|
| 1.  | Apotea    |
| 2.  | Amazon    |
| 3.  | Zalando   |
| 4.  | Sellpy    |
| 5.  | H&M       |
| 6.  | Adlibris  |
| 7.  | Tradera   |
| 8.  | Temu      |
| 9.  | Boozt     |
| 10. | Apoteket  |
| 11. | Lyko      |
| 12. | Inet      |
| 13. | Webhallen |
| 14. | Åhléns    |
| 15. | Matsmart  |
| 16. | Cdon      |
| 17. | Vinted    |
| 18. | Bokus     |
| 19. | Shein     |
| 20. | Kicks     |

Källa: PostNord, E-barometern

## Antal paket som skickas från utländska e-handlare till svenska konsumenter



Källa: Transportföretagen, Paketindex

De senaste åren har de kinesiska lågprisplattformarna Shein och Temu snabbt stärkt sin position på den svenska marknaden med hjälp av aggressiv marknadsföring och extremt låga priser. År 2024 placerade sig Temu och Shein på åttonde respektive nittonde plats på listan över svenskarnas favoritbutiker online. Effekten av deras intåg märks tydligt i statistiken: sedan 2022 har antalet paket som svenskar beställer från utlandet ökat kraftigt, i takt med att dessa plattformar vuxit i popularitet. Kina har samtidigt seglat upp som det vanligaste landet som svenskarna e-handlar varor från – ett av fyra utlandspaket kom år 2024 från Kina enligt E-barometern (PostNord).

Modehandeln är en av de branscher som är mest utsatta av den kinesiska lågpriskonkurrensen. Enligt SVT har var fjärde svensk handlat kläder från utländska lågprissajter. Flera undersökningar har visat att en stor del av produkterna från dessa sajter inte lever upp till EU:s lagar och regler för produktsäkerhet och företagen har dessutom fått stark kritik för sina arbetsförhållanden och sin negativa miljöpåverkan. De svenska modeföretagen utsätts för hård konkurrens från företag som konkurrerar på ojämna villkor, och därför eftersöker många organisationer högre krav på tillsyn och regelefterlevnad för de kinesiska aktörerna.

# 2 av 5

Unga kvinnor har handlat kläder på Temu eller Shein

Källa: SVT, Opinionsundersökning april 2025

# 2 av 3

Som har handlat på Temu eller Shein har varit missnöjda med ett köp

Källa: Prisjakt, Opinionsundersökning mars 2025

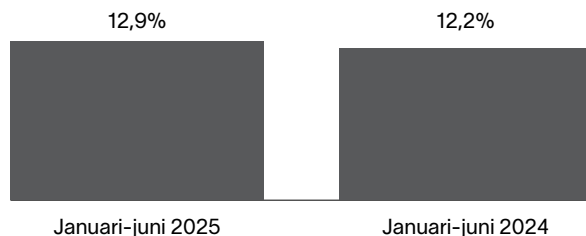


# Mode står för drygt en fjärdedel av second hand-marknaden

Under de senaste åren har second hand-marknaden fått ett rejält uppsving och vuxit i betydligt starkare takt än den traditionella detaljhandeln. Det finns flera samverkande orsaker bakom utvecklingen. Detta dels genom ekonomiska faktorer där stigande levnadskostnader och osäker ekonomi gör att fler söker prisvärda alternativ, en tydlig medvetenhet hos konsumenterna kring modeindustrins klimatpåverkan, samt en framväxt av nya företagsinitiativ och onlineplattformar som utökat utbudet och gjort det smidigare att handla second hand. Därtill har ett attitydsskifte skett där begagnat har gått från att vara förknippat med ett visst stigma till att ses som trendigt.

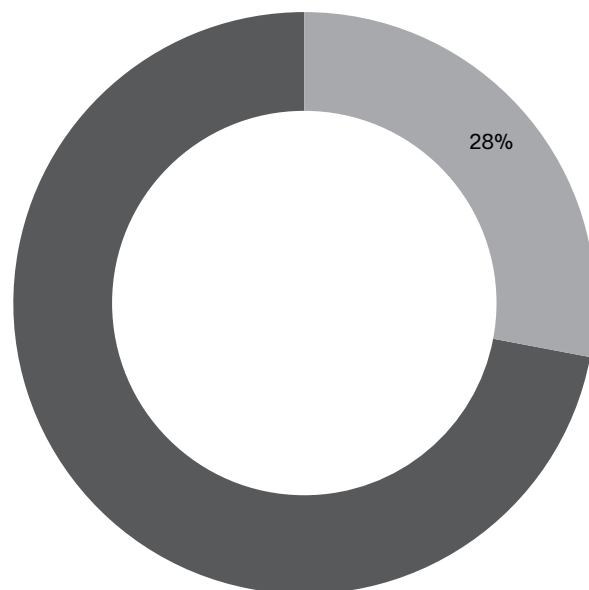
Mode var den största kategorin inom second hand under 2024 med en omsättning på 4,7 miljarder enligt Svensk Handels Pre Loved-indikator. Under första halvåret 2025 var försäljningen av second hand-mode något lägre än samma period föregående år trots att andelen som handlade mode second hand ökade, vilket tyder på att intresset för att handla mode second hand stärkts men att konsumenterna handlade för något lägre belopp än tidigare. Second hand-marknaden med mode väntas växa och nå 20 miljarder kronor år 2034 enligt Svensk Handels prognoser.

## Andel av konsumenterna som handlat mode second hand



Källa: Svensk Handel, Pre Loved-indikatorn

## Mode som andel av den totala second hand-marknaden år 2024



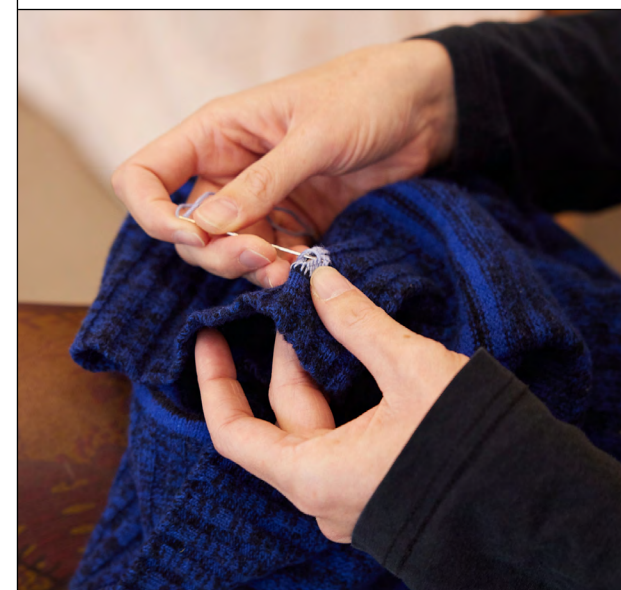
■ Second hand-mode ■ Övriga second hand-marknaden

Källa: Svensk Handel, Pre Loved-indikatorn

# 2 av 3

Second hand-köp bland 18-29-åringar är modevaror

Källa: Svensk Handel, Läget i handeln 2024



# 4,7 mdkr → 20 mdkr

Omsättning för second hand-mode år 2024

Beräknad omsättning för second hand-mode år 2034

Källa: Svensk Handel, Läget i Handeln 2024 och Pre Loved-indikatorn

# AI gör modebranschen mer träffsäker och kundfokuserad

## Områden med mest potential för användning av generativ AI år 2025 enligt chefer inom modebranschen



Källa: McKinsey & Company, The State of Fashion 2025

# 51%

Av svenska konsumenter säger att AI-assistenter ger dem inspiration för val av till exempel kläder

Källa: Adyen, Retailbarometern 2025

# 54%

Av svenska konsumenter säger AI-assistenter hjälper dem sälja bort onödigt information vid produktsök

Källa: Adyen, Retailbarometern 2025



Under de senaste decennierna har den teknologiska utvecklingen omformat modebranschen. Antalet fysiska butiker har minskat kraftigt och personalstyrkan har skurits ned, samtidigt som både produktiviteten och försäljningen har stigit. En betydande del av handeln har dessutom flyttat över till nätet, där även ett nytt landskap för second hand har vuxit fram. Under de senaste åren artificiell intelligens (AI) gjort sitt intåg i branschen och börjat påverka i stort sett varje led i värdekedjan – från design och inköp till marknadsföring och kundupplevelse.

Ett av de mest framträdande och nyaste uttrycken för AI:s framfart i modehandeln är introduktionen av AI-agenter och AI-assisterad shopping, som guidar kunden genom köpresan – från att tolka individuella prefe-

renser och tidigare köp till att ge personliga rekommendationer i realtid. Denna utveckling adresserar ett av modehandelns mest komplexa utmaningar: det närmast oändliga utbudet som konsumenterna dagligen möts av online. Enligt McKinsey har hela tre av fyra konsumenter avstått från att fullfölja ett onlineköp just på grund av att alternativen varit för många. Hälften av cheferna inom modebranschen ser samtidigt produktupptäckt och kundsök som det område som har mest potential för användning av generativ AI. Utvecklingen är fortfarande i sin linda – men AI-agenter och AI-assisteras shopping har stor potential att förändra köpprocessen och göra modebranschen mer personlig, smidig och effektiv.

# Definitioner och källor

## Modebranschen

Modebranschen inkluderar företag registrerade i Sverige som ingår i någon av följande SNI-koder: 13.200, 13.300, 14.110, 14.120, 14.130, 14.140, 14.190, 14.200, 14.310, 14.390, 15.110, 15.120, 15.200, 46.160, 46.420, 47.711, 47.712, 47.713, 47.714, 47.715, 47.721, 47.722, 47.912.

Modebranschen kan i sin tur delas upp i olika delbrancher. Tillverkning utgörs av de företag vars SNI-koder inleds med 1, partihandeln av de företag vars SNI-koder som inleds med 46, e-handeln av företag i SNI-koden 47.912 och resterande företag vars SNI-kod inleds med 47 ingår i detaljhandeln.

Observera att företag klassificeras i SNI-koder utifrån sin huvudsakliga verksamhetsutövning. Exempelvis innebär detta att företag som huvudsakligen driver butiker räknas in i butikshandel även om de även har en e-handelsverksamhet.

## Jämförelsebranscher

I rapporten sätts modebranschen i relation till andra branscher. Rapportens jämförelsebranscher utgörs av bygg (SNI 41, 42, 43), besöksnäring (SNI 55, 56), media (SNI 58, 59, 60) samt nöje (SNI 90, 91, 93).

## Omsättning

Omsättning i en bransch avser den totala nettoomsättningen tillhörande de företag som ingår i branschen och baseras på Statistiska Centralbyråns undersökning "Företagens ekonomi". I vissa fall har större svenska modeaktörer en betydande del av sin försäljning i utlandet. Huruvida denna räknas in i rapportens siffror varierar beroende på aktörens företagsstruktur. Till exempel räknas inte aktörer vars utländska försäljning ligger i bolag registrerade i utlandet eller i företag som inte ingår i SNI-koderna ovan in.

## Hyresnivåer

Data över hyresnivåer kommer från Svensk Handels hyresdatabas som är en årlig datainsamling och analys av den svenska sällanköpsvaruhandels hyressättning. Hyresdatabasen har en täckning på 20 procent av Sveriges kedjedrivna sällanköpsvarubutiker.

## Antal anställda och sysselsatta

Data över antal anställda baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Företagens ekonomi". Data över antal sysselsatta baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Befolkningens arbetsmarknadsstatus".

## Antal företag

Data över antal aktiva företag baseras på Statistiska Centralbyråns undersökning "Företagens ekonomi". Data över nystartade företag och konkurser kommer från Tillväxtanalys.

## Antal butiker

Data över antal butiker avser endast kedjedrivna butiker, det vill säga butiker som tillhör en kedja som driver minst 3 butiker. Datat kommer från kartläggningen "Sveriges butiker" som finansieras av Handelsrådet och produceras av HUI Research.

## Export

Exportstatistiken i denna rapport omfattar endast varor som passerar ut genom Sveriges gränser, antingen för att de är tillverkade i Sverige eller för att de passerar genom landet. Exportstatistiken baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Utrikeshandel" och inkluderar följande SPIN-koder: 14.110, 14.120, 14.130, 14.140, 14.190, 14.200, 14.310, 14.390, 15.110, 15.120, 15.200.

## E-handel

E-handelsstatistiken och insikter kring e-handeln kommer huvudsakligen från PostNord:s kartläggning "E-barometern" som baseras på inhämtad försäljningsstatistik från svenska e-handlare tillsammans med konsumentundersökningar.

## Rörelsemarginal

Rörelsemarginal avser medianen för företagen inom branschen och baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Företagens ekonomi".

# Övriga källor

s.6 – SCB, Lönestrukturstatistik 2024. 2025.

<https://www.scb.se/lonestatistik/polis/>

s.8 – Handelsfakta, Detaljhandelns försäljning. 2025.

<https://handelsfakta.se/detaljhandel/>

s.8 – HUI, Detaljhandelns konjunkturrapport Q3 2025. 2025.

<https://hui.se/rapporter/detaljhandelns-konjunkturrapport/>

s.15 – SVT, Opinionsundersökning april 2025. 2025.

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/tea-25-shoppa-pa-shein-och-temu-flera-ganger-per-manad>

s.15 – Prisjakt, Opinionsundersökning mars 2025. 2025.

<https://nyhetsrum.prisjakt.nu/posts/pressreleases/undersokning-svenskarna-sagar-temu-och-shein>

s.15 – Transportföretagen, Paketindex. 2025.

<https://www.transportforetagen.se/prioriterade-fragor/transportfakta/index/>

s.16 – Svensk Handel, Pre Loved-indikatorn årsrapport 2024. 2025.

<https://www.svenskhandel.se/49ea75/contentassets/1cdd15bcde6a435aae1a8b100c8eab1c/ars-summering-pre-loved-indikatorn-2024.pdf>

s.16 – Svensk Handel, Pre Loved-indikatorn halvårsrapport 2025. 2025.

<https://www.svenskhandel.se/4a6673/globalassets/svensk-handel/rapporter/pre-loved-indikatorn/pre-loved-indikatorn-halvarsrapport-2025-1.pdf>

s.16 – Svensk Handel, Läget i handeln 2024. 2024.

<https://www.svenskhandel.se/49ea74/contentassets/5f70686ea2254c36b94d694a36b174f5/laget-i-handeln-2024/>

s.17 – Adyen, Retailbarometern 2025. 2025.

[https://www.adyen.com/sv\\_SE/index-reports/retail?utm\\_medium=Content&utm\\_source=Blog&utm\\_campaign=2025-08-CD-SE-EHANDELSTIPS](https://www.adyen.com/sv_SE/index-reports/retail?utm_medium=Content&utm_source=Blog&utm_campaign=2025-08-CD-SE-EHANDELSTIPS)

s.17 – McKinsey & Company, The State of Fashion 2025. 2025.

<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>

Svenskt mode 2025

SH Svensk  
Handel

SFC  
SWEDISH FASHION COUNCIL

STOCKHOLM  
FASHION DISTRICT  
FOUNDED BY TRADE PARTNERS SWEDEN