

april 2025

STILINDEX

Varmare väder i april gav ny energi till modehandeln

En ovanligt varm aprilmonad innebar ett försiktigt uppsving för modehandeln, där lågprissegmentet stack ut särskilt positivt. Modeföretagen hoppas nu på fortsatt medvind in i sommaren.

Försäljningen av skor ökade med 4,2 procent och kläder med 2,9 procent i april jämfört med samma månad 2024, enligt Svensk Handels Stilindex. Uppgången drivs främst av e-handeln, medan fysiska butiker såg en mer blygsam tillväxt.

– Vädret har en stor påverkan på klädinköpen, och det ser vi också här. Det är så klart glädjande att se en ökning i försäljningen, som är särskilt tydlig inom e-handeln, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

– Att lågpris ökar mer än övriga segment kan vara ett tecken på att konsumenterna fortsatt är försiktiga. Många hushåll gör aktiva val för att hålla nere utgifterna i tuffa ekonomiska tider, och konkurrensen om varje krona är hård, säger Sofia Larsen.

– Vi kommer alltid glädjas åt positiva siffror, men osäkerheten är fortfarande stor ute bland såväl företag som konsumenter. Förutsättningarna för handeln måste förbättras, och konsumenternas köpkraft stärkas, om vi ska se en verklig vändning. Det ligger i allas intresse att Sverige förblir ett välmående handelsland, säger Sofia Larsen.



Att lågpris ökar mer än övriga segment kan vara ett tecken på att konsumenterna fortsatt är försiktiga.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

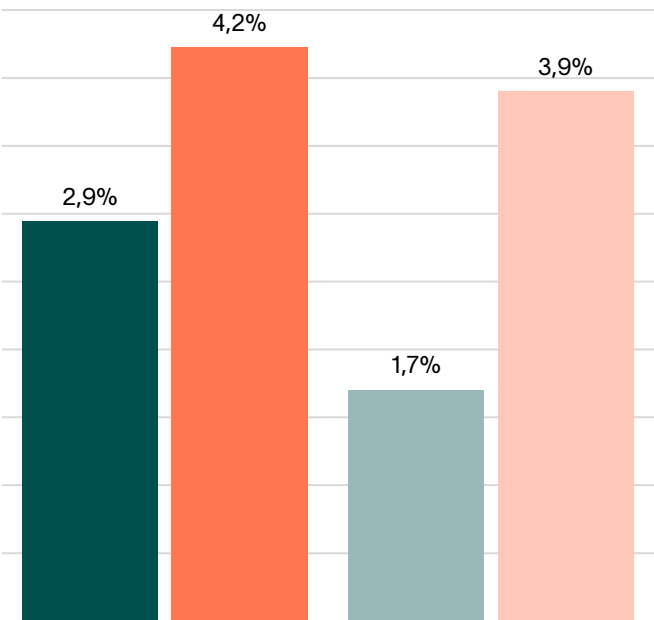


Månadens utveckling

april 2025-2024

Total

Kläder Skor

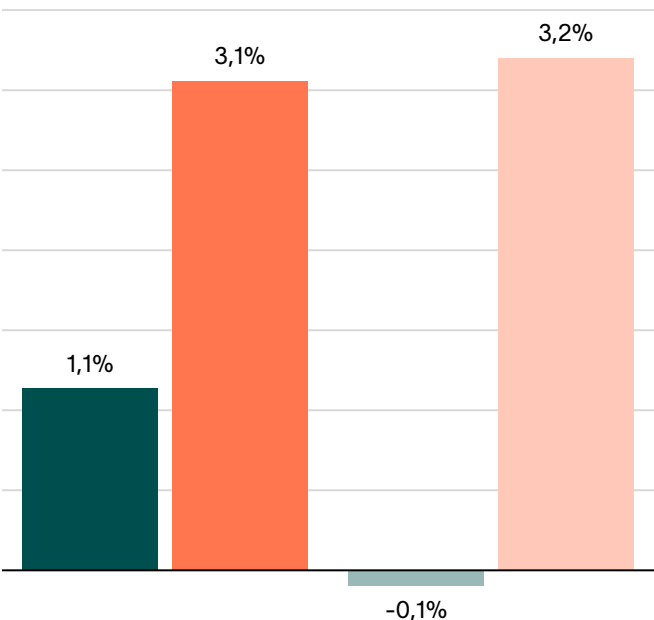


april 2025/2024

Ackumulerat jan-apr
2025/2024

Fysisk handel

Kläder Skor

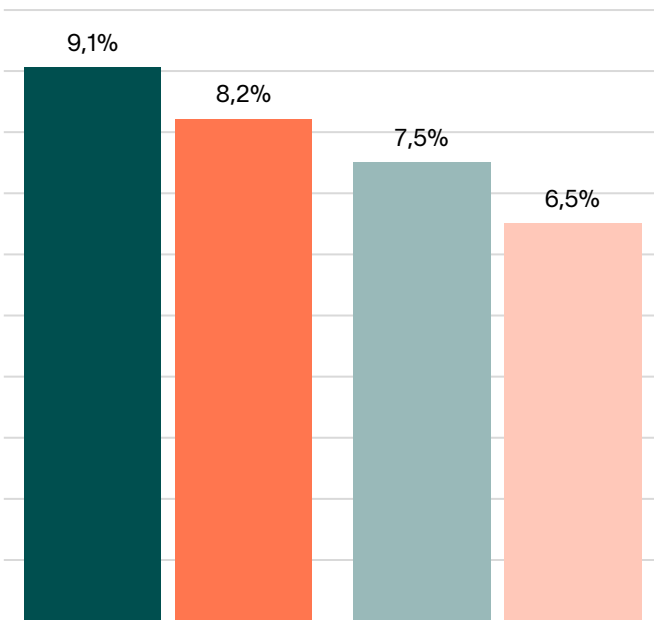


april 2025/2024

Ackumulerat jan-apr
2025/2024

E-handel

Kläder Skor



april 2024/2023

Ackumulerat jan-apr
2025/2024

Månadens utveckling

Dam



	april 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	3,1%	7,4%
Skor	4,9%	4,7%

Herr



	april 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	0,8%	0,3%
Skor	5,9%	3,5%

Barn



	april 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	0,0%	0,8%

Månadens utveckling

Låg



	april 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	6,4%	4,0%

Mellan



	april 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-2,7%	2,5%

Premium



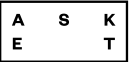
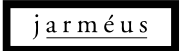
	april 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	1,5%	-1,6%

Månadens utveckling

april

		april 2025/2024	april 2025/2023	Ackumulerat jan-apr 2025/2024	Ackumulerat jan-apr 2025/2023
Totalt	Kläder	2,9%	4,4%	1,7%	3,6%
	Skor	4,2%	2,4%	3,9%	6,5%
Fysisk handel	Kläder	1,1%	-1,4%	-0,1%	-1,1%
	Skor	3,1%	-5,8%	3,2%	0,2%
E-handel	Kläder	9,1%	28,1%	7,5%	21,9%
	Skor	8,2%	41,4%	6,5%	33,6%
Dam	Kläder	3,1%	9,7%	7,4%	11,7%
	Skor	4,9%	11,4%	4,7%	17,0%
Herr	Kläder	0,8%	5,1%	0,3%	1,4%
	Skor	5,9%	5,1%	3,5%	15,8%
Barn	Kläder och skor	0,0%	-10,4%	0,8%	-3,4%
Låg	Kläder och skor	6,4%	x	4,0%	x
Mellan	Kläder och skor	-2,7%	x	2,5%	x
Premium	Kläder och skor	1,5%	x	-1,6%	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	<i>Thun's</i>	<i>Cassels</i>	FREEFOOT® FOOTWEAR SINCE 1992	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