

Augusti 2025

STILINDEX

Modehandeln fortsätter uppåt – tredje månaden i rad med tillväxt

Försäljningen av kläder ökade i augusti med 6,3 procent jämfört med samma månad föregående år. Skoförsäljningen steg ännu kraftigare, med 11,9 procent. Därmed är det tredje månaden i rad som både kläder och skor visar en positiv utveckling i detaljhandeln.

– Den positiva trend vi sett under sommarmånaderna är lika glädjande som välbehövlig. Från våra medlemsföretag får vi rapporter om stark försäljning och välbesökta butiker, där konsumenter är särskilt intresserade av höstens nyheter. Det gäller såväl låg, mellan och premiumsegmentet, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

– Modehandeln behöver långsiktiga villkor för att kunna fortsätta investera och utveckla sina verksamheter. Att regeringen nu gör stora satsningar på att stärka konsumenternas köpkraft, är därför mycket välkommet. Vi ser det som en tydlig signal om att det nu finns en förståelse för hur viktigt ett välmående handelsland faktiskt är för Sverige, säger Sofia Larsen och fortsätter:

– Ett ytterligare kvitto på detta är att vi äntligen hörsammats i frågan om sänkta arbetsgivaravgifter för unga. Nu kommer fler företag inom modehandeln våga ta steget och anställa fler i åldrarna 19 till 23. För vissa av dem kan det vara det första mötet med arbetslivet. Här spelar handeln en väldigt viktig roll, avslutar Sofia Larsen.



Modehandeln behöver långsiktiga villkor för att kunna fortsätta investera och utveckla sina verksamheter.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

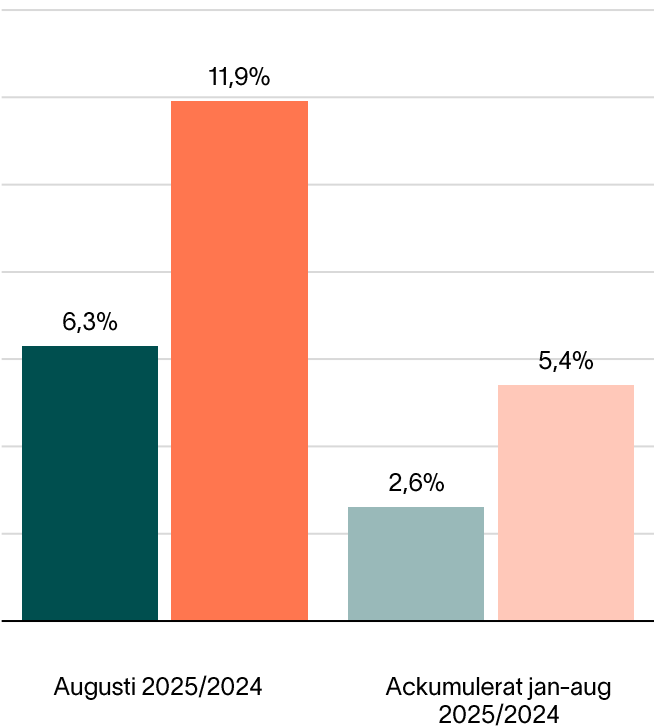


Månadens utveckling

Augusti 2025-2024

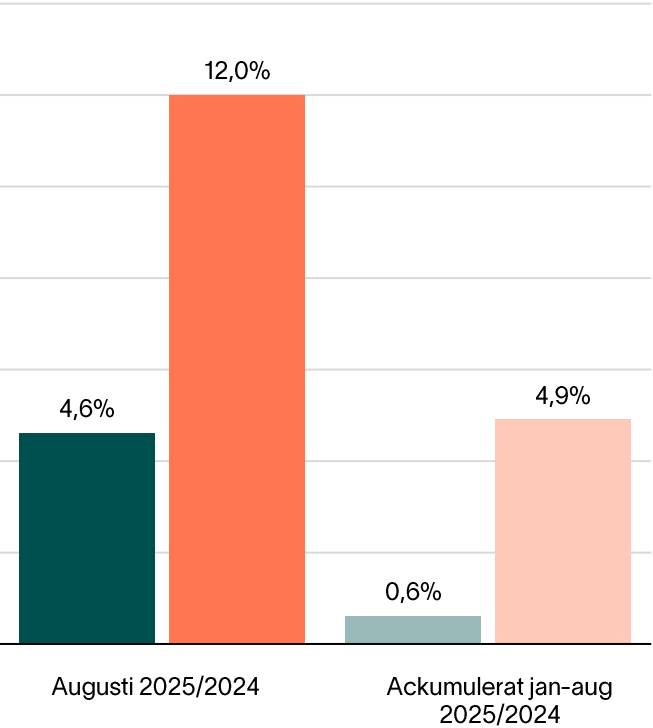
Total

Kläder Skor



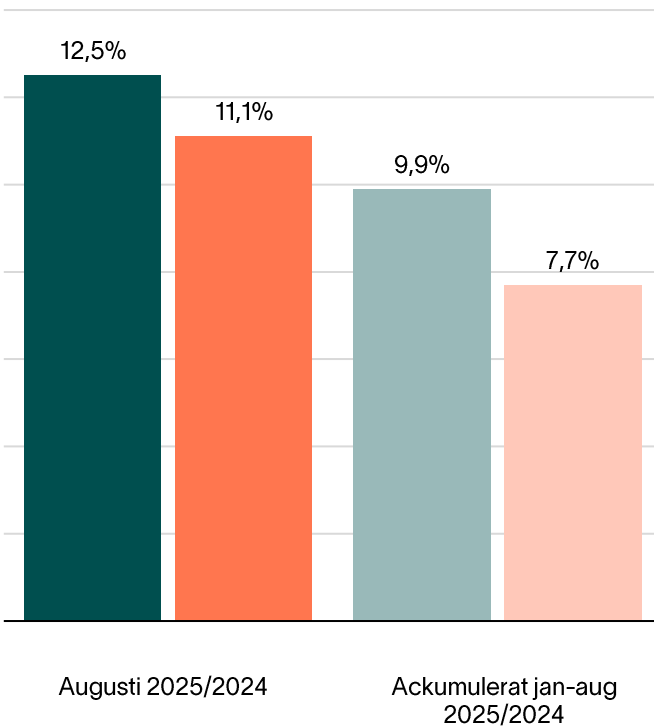
Fysisk handel

Kläder Skor



E-handel

Kläder Skor



Månadens utveckling

Dam



	Augusti 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	8,7%	6,3%
Skor	14,1%	5,5%

Herr



	Augusti 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	4,4%	1,2%
Skor	8,7%	4,3%

Barn



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

Månadens utveckling

Låg



	Augusti 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	5,7%	3,3%

Mellan



	Augusti 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	7,4%	3,0%

Premium



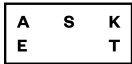
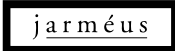
	Augusti 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	16,7%	0,3%

Månadens utveckling

Augusti

		Augusti 2025/2024	Augusti 2025/2023	Ackumulerat jan-aug 2025/2024	Ackumulerat jan-aug 2025/2023
Totalt	Kläder	6,3%	7,0%	2,6%	4,2%
	Skor	11,9%	10,9%	5,4%	8,1%
Fysisk handel	Kläder	4,6%	4,1%	0,6%	0,9%
	Skor	12,0%	12,4%	4,9%	5,7%
E-handel	Kläder	12,5%	17,3%	9,9%	17,4%
	Skor	11,1%	4,1%	7,7%	20,3%
Dam	Kläder	8,7%	14,6%	6,3%	12,0%
	Skor	14,1%	12,5%	5,5%	10,5%
Herr	Kläder	4,4%	1,2%	0,0%	0,2%
	Skor	8,7%	15,6%	4,3%	11,7%
Barn	Kläder och skor	4,4%	-0,3%	0,6%	-2,1%
Låg	Kläder och skor	5,7%	x	3,3%	x
Mellan	Kläder och skor	7,4%	x	3,0%	x
Premium	Kläder och skor	16,3%	x	0,3%	x

Medverkande bolag 2025

FILIPPA K	BJÖRN BORG 	Tátch	eKO 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	D DEICHMANN	ÅHLÉNS	Kappahl	MARTY	Thun's	Cassels	FREEFOOT® FOOTWEAR SINCE 1997	JOHN HENRIC	<i>Stenströms.</i>
BROTHERS		CELLBES OF SWEDEN	<i>Gudrun Sjödén</i>	Dressmann	VOLT	BERG QVIST SKOR	 ICEBUG®		 DIDRIKSONS
MINI RODINI	D.O. 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