

maj 2025

STILINDEX

Maj blev en svag månad för modehandeln

Kläd- och skohandeln backade rejält i maj – med nedgångar på över åtta procent för kläder och närmare tio procent för skor. Det visar Svensk Handels Stilindex. Bidragande orsaker är kyla, kalendereffekter och en svag köpkraft.

– Det här är tyvärr en mycket svag månad för modehandeln. I ett läge där många redan kämpar med låg marginal kommer ytterligare tapp som en ny smäll. Det råder inga tvivel om att utmaningarna fortsatt är stora, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

– Vi påminns om hur väder och kalendereffekter spelar in i våra konsumtionsmönster. När temperaturerna är låga och lönen kommer in något senare, då skjuts många inköp upp – särskilt när det gäller vårkläder, säger Sofia Larsen.

En av handelns främsta utmaningar är att konsumenternas köpkraft ännu inte är tillbaka på nödvändiga nivåer. Svensk Handel uppmanar regeringen att fortsatt arbeta intensivt med att stärka denna köpkraft, vilket tidigare aviserats vara ett högprioriterat mål.

– Det är lätt att fastna i dystra rubriker, men vi tror på mer positiva tongångar framöver. För detta krävs dock att förutsättningarna är rätt. Därför är det avgörande att Riksbanken fortsätter att sänka styrräntan. Konsumtionen måste ta fart på allvar, säger Sofia Larsen.



Det här är tyvärr en mycket svag månad för modehandeln. I ett läge där många redan kämpar med låg marginal kommer ytterligare tapp som en ny smäll.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

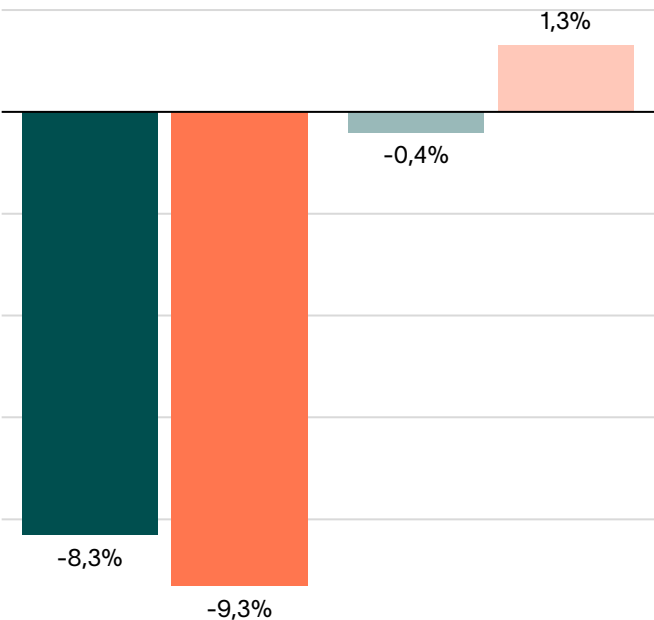


Månadens utveckling

maj 2025-2024

Total

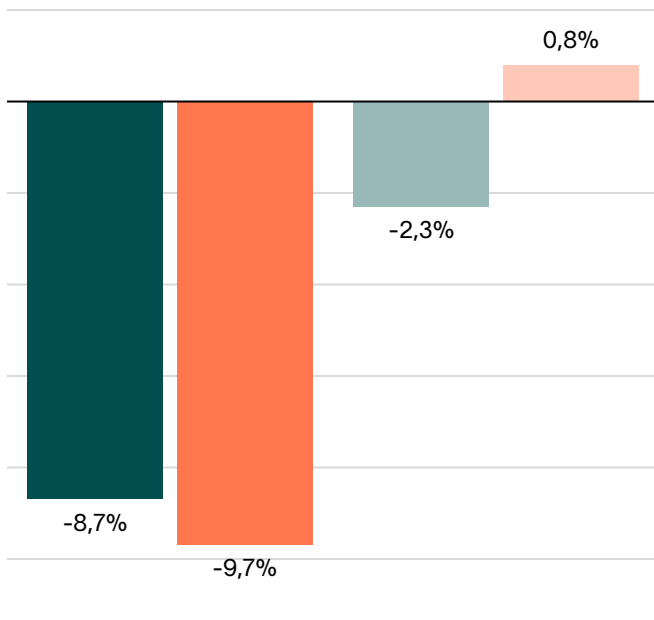
Kläder Skor



maj 2025/2024 Ackumulerat jan-maj 2025/2024

Fysisk handel

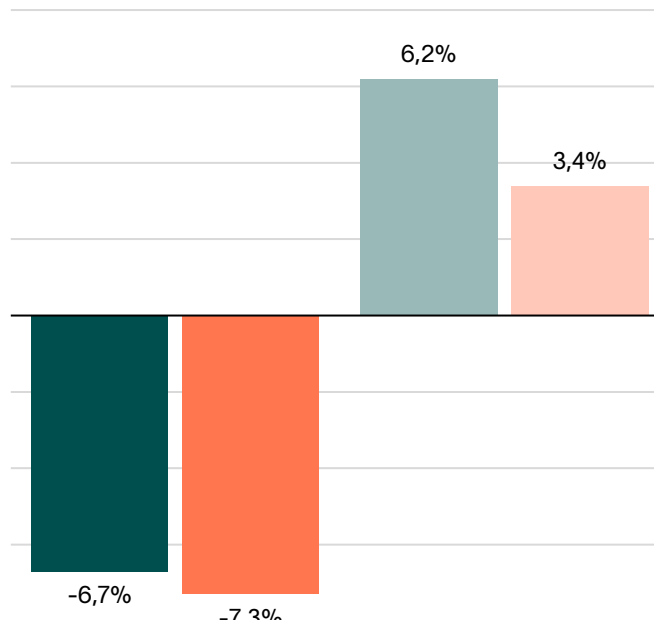
Kläder Skor



maj 2025/2024 Ackumulerat jan-maj 2025/2024

E-handel

Kläder Skor



maj 2024/2023 Ackumulerat jan-maj 2025/2024

Månadens utveckling

Dam



	maj 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	-6,9%	3,4%
Skor	-9,7%	0,7%

Herr



	maj 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	-5,8%	-1,5%
Skor	-4,0%	1,6%

Barn



	maj 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-11,0%	-2,0%

Månadens utveckling

Låg



	maj 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-12,6%	-0,8%

Mellan



	maj 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-1,2%	1,5%

Premium



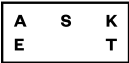
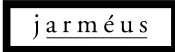
	maj 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	0,5%	-1,2%

Månadens utveckling

maj

		maj 2025/2024	maj 2025/2023	Ackumulerat jan-maj 2025/2024	Ackumulerat jan-maj 2025/2023
Totalt	Kläder	-8,3%	-2,0%	-0,4%	2,6%
	Skor	-9,3%	-1,9%	1,3%	10,1%
Fysisk handel	Kläder	-8,7%	-2,0%	-2,3%	-0,2%
	Skor	-9,7%	-3,1%	0,8%	6,7%
E-handel	Kläder	-6,7%	-2,2%	6,2%	12,8%
	Skor	-7,3%	2,5%	3,4%	23,5%
Dam	Kläder	-6,9%	5,4%	3,4%	10,1%
	Skor	-9,7%	-0,1%	0,7%	12,1%
Herr	Kläder	-5,8%	-1,2%	-1,5%	0,7%
	Skor	-4,0%	5,3%	1,6%	13,0%
Barn	Kläder och skor	-11,0%	-5,6%	-2,0%	-3,9%
Låg	Kläder och skor	-12,6%	x	-0,8%	x
Mellan	Kläder och skor	-1,2%	x	1,5%	x
Premium	Kläder och skor	0,5%	x	-1,2%	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	 DEICHMANN	ÅHLÉNS	Kappahl	MARTY	Thun's	Cassels	FREEFOOT® FOOTWEAR SINCE 1992	JOHN HENRIC	Stenströms.
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