

Februari 2025

STILINDEX

Tuff februarimånad för modehandeln

Svensk Handels Stilindex för februari månad visar på en svag utveckling för modebranschen. Både kläder och skor uppvisade en nedgång, som mest markant inom skohandeln, som föll med 5,3 procent jämfört med samma månad föregående år. E-handeln för skor backade också med 8,5 procent.

Kläder som helhet minskade med 4,1 procent, och damkläder visade en marginell uppgång medan försäljningen av herrkläder sjönk markant.

– Februari blev ingen ljusning för modehandeln, snarare tvärtom. Vi ser en nedgång, och vi kan konstatera att marknaden för kläder och skor är inne i en långvarig svacka. Det milda februarivädret påverkar försäljningen av vinterplagg, men det är inte hela förklaringen. Konsumenterna håller fortsatt hårt i sina pengar, och osäkerheten är större än på länge. Det är uppenbart att branschen fortsatt möter stora utmaningar, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

– Vi ser inga tecken på att den här lågkonjunkturen släpper taget. Det innebär att företag i modebranschen står inför fortsatt hårda tider. För att klara sig krävs såväl innovation som ekonomisk uthållighet – och den dystra sanningen är att även i övrigt välmående företag riskerar att slås ut i dessa tuffa tider, avslutar Sofia Larsen.



Vi ser inga tecken på att den här lågkonjunkturen släpper taget. Det innebär att företag i modebranschen står inför fortsatt hårda tider.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

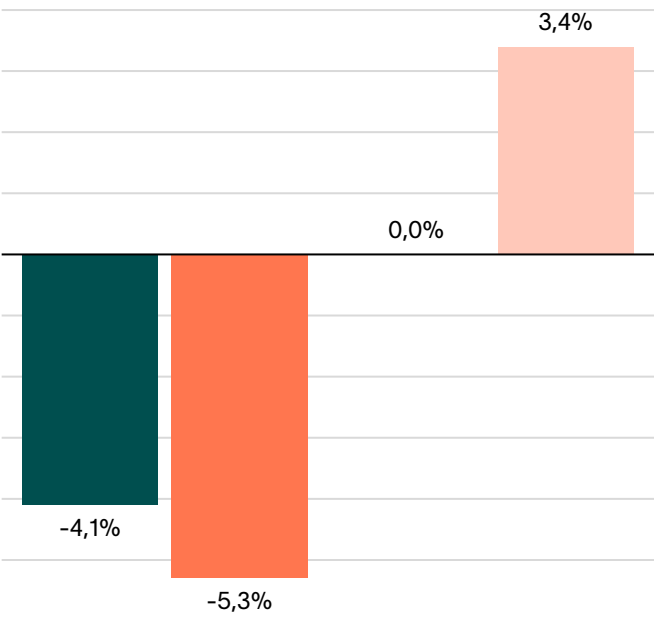


Månadens utveckling

februari 2025-2024

Total

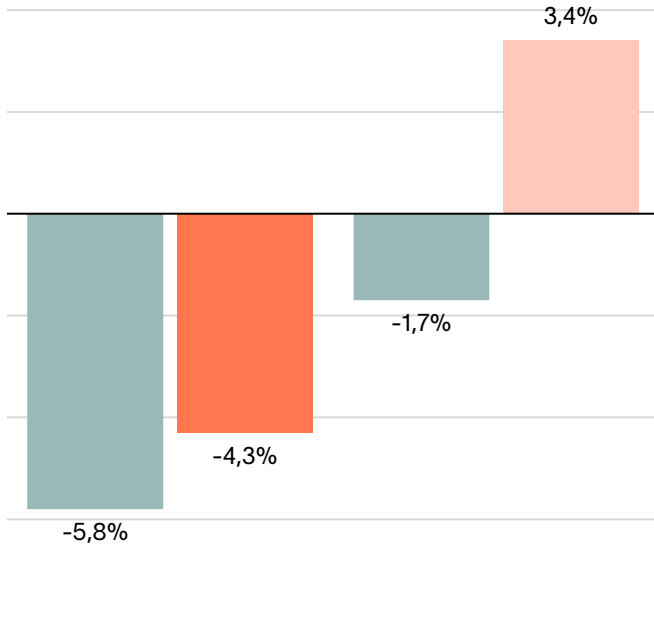
Kläder Skor



februari 2025/2024 Ackumulerat jan-feb 2025/2024

Fysisk handel

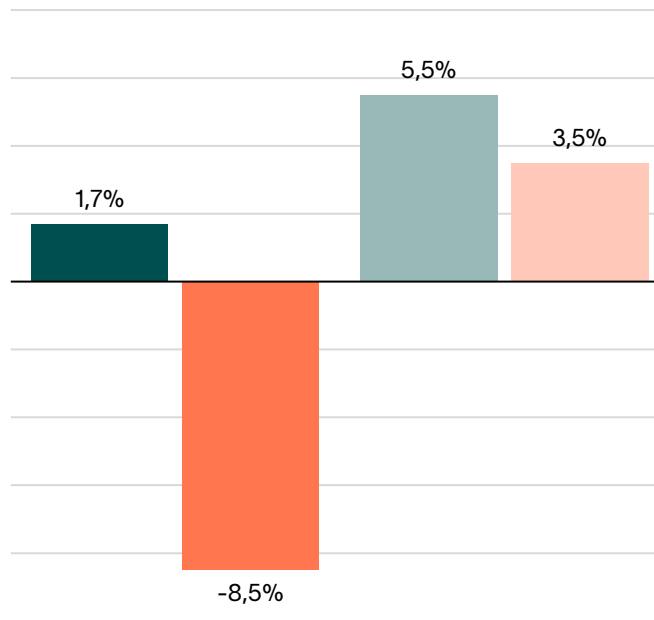
Kläder Skor



februari 2024/2023 Ackumulerat jan-feb 2025/2024

E-handel

Kläder Skor



februari 2025/2024 Ackumulerat jan-feb 2025/2024

Månadens utveckling

Dam



	februari 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	0,6%	6,2%
Skor	-2,7%	2,5%

Herr



	februari 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	-6,2%	-1,7%
Skor	-8,3%	5,0%

Barn



	februari 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-3,5%	-6,2%

Månadens utveckling

Låg



	februari 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-3,9%	0,4%

Mellan



	februari 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-4,2%	2,7%

Premium



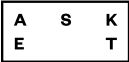
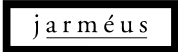
	februari 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-6,0%	-4,8%

Månadens utveckling

februari

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

Medverkande bolag

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 1991	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									

Om rapporten

Stilindex presenteras 8-10 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 mått på jämförbara enheter. En del aktörer har inte möjlighet att rapportera in kategorier utan bidrar endast med den totala försäljningen.

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