

juni 2025

STILINDEX

Stort försäljningslyft för modehandeln

Försäljningen av både kläder och skor ökade tvåsiffrigt

Efter svaga majsiffror tog modehandeln åter fart i juni. Skohandeln ökade med 12,4 procent och försäljningen av kläder landade på 10,1 procent. Siffrorna är den största ökningen hittills i år.

”Efter ett tufft år får vi äntligen glädjande siffror från landets modehandlare. Sommarhandeln gav försäljningen en rejäl skjuts. Klänningar och shorts var några av månadens storsäljare”, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

Smolket i glädjebägaren är möjligen att en stor del av försäljningen drevs av sommarrean. Försäljningen av sommarmode har låtit vänta på sig under en kall vår och maj blev en svag månad för försäljningsmässigt.

”Vi såg ett uppdämt behov av att handla nya kläder och skor som tog fart i samband med sommarrean. För handlarnas del hade det givetvis varit ännu bättre att få sälja varorna till fullpris. Readriven handel tär på lönsamheten”, säger Sofia Larsen.

Stilindex visar att försäljningen av dammode gick starkast. Damkläder steg med 15,7 procent och damskor med 13,4 procent. Lågprishandeln var segmentet som noterades för den största ökningen. Även försäljningen i e-handeln ökade stort.

”Det ska bli intressant att följa om månadens positiva siffror en tillfällig ljusglimt eller ett tidigt tecken på en vändning. För handeln och den svenska ekonomin i stort behöver konsumtionen ta fart igen”, säger Sofia Larsen.



Efter ett tufft år får vi äntligen glädjande siffror från landets modehandlare. Sommarhandeln gav försäljningen en rejäl skjuts. Klänningar och shorts var några av månadens storsäljare.

Sofia Larsen,
vd Svensk Handel

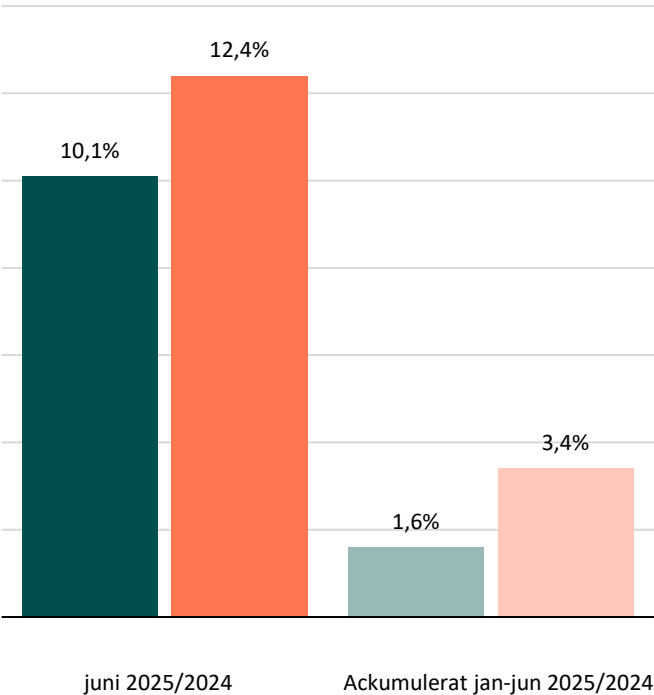


Månadens utveckling

juni 2025-2024

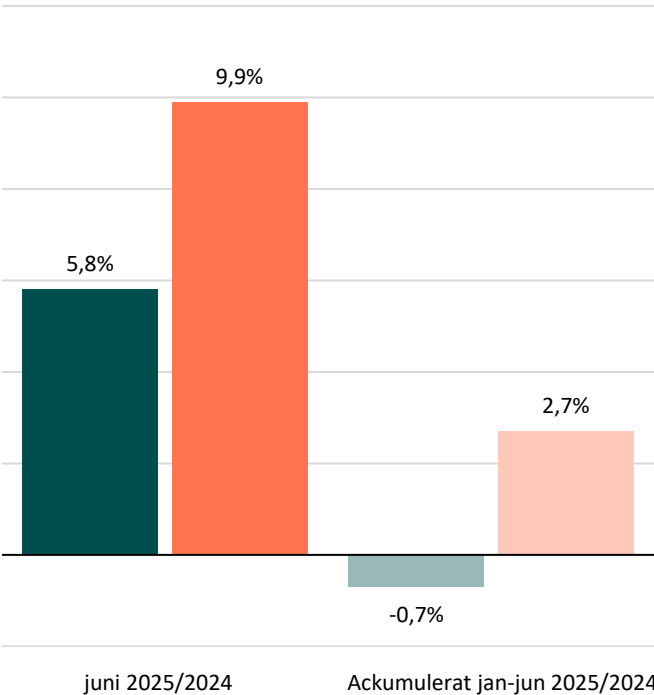
Total

Kläder Skor



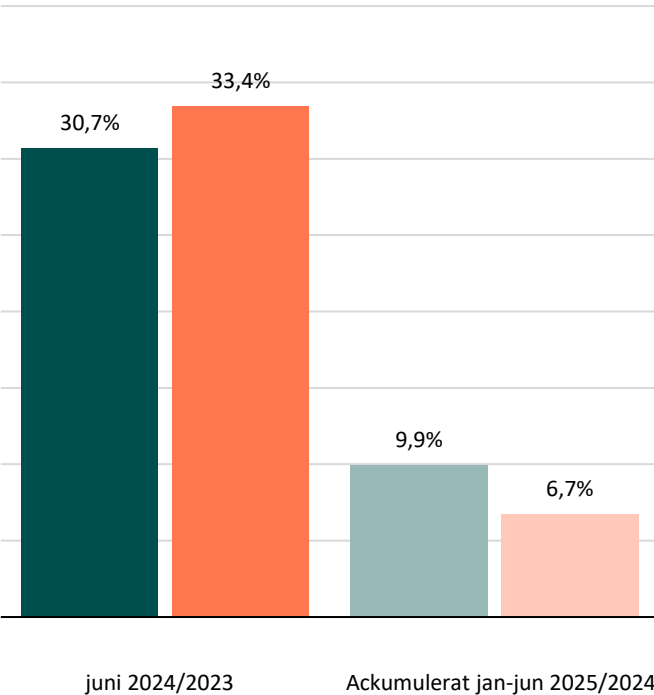
Fysisk handel

Kläder Skor



E-handel

Kläder Skor



Månadens utveckling

Dammode gick starkast

Dam



	juni 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	15,7%	5,5%
Skor	13,4%	2,9%

Herr



	juni 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	2,2%	-0,7%
Skor	6,2%	2,4%

Barn



	juni 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	8,8%	-0,2%

Månadens utveckling

Störst ökning inom lågpris

Låg



	juni 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	13,4%	1,9%

Mellan



	juni 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	7,6%	2,6%

Premium



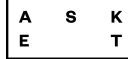
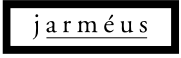
	juni 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-1,2%	-1,2%

Månadens utveckling

juni

		juni 2025/2024	juni 2025/2023	Ackumulerat jan-jun 2025/2024	Ackumulerat jan-jun 2025/2023
Totalt	Kläder	10,1%	5,3%	1,6%	3,2%
	Skor	12,4%	-3,1%	3,4%	7,0%
Fysisk handel	Kläder	5,8%	-1,2%	-0,7%	-0,4%
	Skor	9,9%	-5,5%	2,7%	3,7%
E-handel	Kläder	30,7%	39,9%	9,9%	16,9%
	Skor	33,4%	19,0%	6,7%	22,9%
Dam	Kläder	15,7%	16,9%	5,5%	11,3%
	Skor	13,4%	-2,5%	2,9%	9,0%
Herr	Kläder	2,2%	-2,3%	-0,7%	0,0%
	Skor	6,2%	3,2%	2,4%	10,9%
Barn	Kläder och skor	8,8%	2,8%	-0,2%	-2,8%
Låg	Kläder och skor	13,4%	x	1,9%	x
Mellan	Kläder och skor	7,6%	x	2,6%	x
Premium	Kläder och skor	-1,2%	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	D DEICHMANN	ÅHLÉNS	Kappahl	MARTY	Thun's	Cassels	FREEFOOT® FOUNDED IN 1997 PARIS	JOHN HENRIC	<i>Stenströms.</i>
BROTHERS	 MARQET	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