

Svenskt mode 2024

SH Svensk
Handel

SFC
SWEDISH FASHION COUNCIL

TP ASSOCIATION OF
TRADE
PARTNERS
SWEDEN

Svenskt mode 2024

Ges ut av Svensk Handel tillsammans med Swedish Fashion Council och Trade Partners



Svensk Handel

Svensk Handel är en bransch- och arbetsgivarorganisation för små och stora företag inom parti-, detalj- och e-handeln. På våra drygt 9 000 medlemsföretag arbetar idag sammanlagt 260 000 människor. Svensk Handel är den svenska handelns arbetsgivarpart som förhandlar fram och sluter kollektivavtal med fackförbunden. Vår främsta uppgift är att påverka och förbättra villkoren för handelns företag för att på så sätt bidra till att stärka handeln och öka medlemsföretagens lönsamhet. Vi arbetar med samhällspåverkan och har kontinuerligt kontakt med politiker, myndigheter och massmedier om handelns utmaningar och förutsättningar.



Swedish Fashion Council

Swedish Fashion Council är en organisation som ämnar främja, utbilda och innovera svensk modebransch för att bli konkurrenskraftig och positionera Sverige som globalt ledande i en ny era. Visionära och kreativa ställningstaganden, tillsammans med ett starkt community, gör Swedish Fashion Council till en avgörande aktör i omställningen av modeindustrin.

Organisationen arbetar med att initiera och driva forskningsprojekt, tillhandahålla branschrapporter och främja nästa generations talanger genom inkubatorprogrammet SFC [Incubator].



Trade Partners Sweden

Trade Partners Sweden har tillsammans med sina medlemmar grundat Stockholm Fashion District, en mötesplats för företag och varumärken inom mode, textil, skor och inredning. Genom detta stora affärskluster skapar organisationen stort värde för sina medlemmar. De arrangerar även 22 årliga branschevent, där Fashion Week Trade, Nordic Fabric Fair och Days of Trade – Interior & Design är bland de mest betydelsefulla. Genom att samla ledande aktörer och varumärken i branscherna som inkluderas i mode och livsstil, samt service, utbildning och tjänster för dessa branscher erbjuder Stockholm Fashion District en affärsmötesplats i världsklass.

Innehållsförteckning



Modebranschens ekonomi	s.5
Omsättning	
Del av BNP och bidrag till skatteintäkterna	
Export	
Lönsamhet	
Modebranschens företag och butiker	s.9
Antal företag	
Nystartade företag och konkurser	
Förändring av butiksbeståndet	
Modebranschens anställda	s.12
Antal anställda	
Sysselsatta per kön, ursprung och ålder	
Marknadstrender och utveckling i modebranschen	s.14
E-handel	
Second hand	
Lagstiftning och hållbarhet	
Teknologisk utveckling	
Rapportens metod, definitioner och källor	s.19

Svenskt mode 2024



Sverige har en modeindustri i världsklass. Branschen är mångfacetterad och innefattar allt från kommersiella multinationella företag till lyxvarumärken, spetskompetens och instegsjobb, med positiva effekter för andra industrier.

Modets kulturella kapital är omfattande men svårångat i siffror.

Däremot talar dess ekonomiska och samhällsliga påverkan sitt tydliga språk: svenskt mode sysselsätter 44 000 personer och 1 av 100 skattekröner genereras av branschen – ett gediget bidrag till det omgivande samhället.

De senaste decennierna har varit starkt präglade av stora strukturella förändringar. Modeindustrin visar om och om igen sin förmåga till omställning och anpassning till det nya.

Utmaningarna har fortsatt även efter pandemin, med tuffa men nödvändiga krav på hållbarhetslagstiftning och med ojämlig internationell konkurrens.

Men trots allt detta visar branschen återigen styrka och förmåga till omställning.

Second hand marknaden växer och i dagsläget står second hand-mode för nästan en tredjedel av den totala second hand-marknaden och för 7 procent av den totala modehandeln.

Sverige har varit ledande i arbetet med att ta fram mätparametrar för svensk modebransch. Under 2023 lanserades Pre-Loved indikatorn av Svensk Handel – ett månatligt index som en av de första rapporterna på global nivå att börja mäta tillväxten inom second-handmarknaden.

Digitaliseringen är även en del av den fjärde industriella revolutionen, där högteknologiska lösningar kan förenkla modeproduktion på flera olika sätt, men också göra köppplevelsen smidigare för konsumenten vilket på sikt också kan bidra till ökad hållbarhet. Flera av de pågående förändringarna hänger alltså ihop och bidrar gemensamt till en mer dynamisk och hållbar modebransch.

Syftet med denna rapport är att belysa modebranschens storlek, utveckling och betydelse för Sveriges ekonomi. "Svenskt mode" är en del av en årligt återkommande rapportserie.

Sofia Larsen
Vd, Svensk Handel

Jennie Rosén
Vd, Swedish Fashion Council

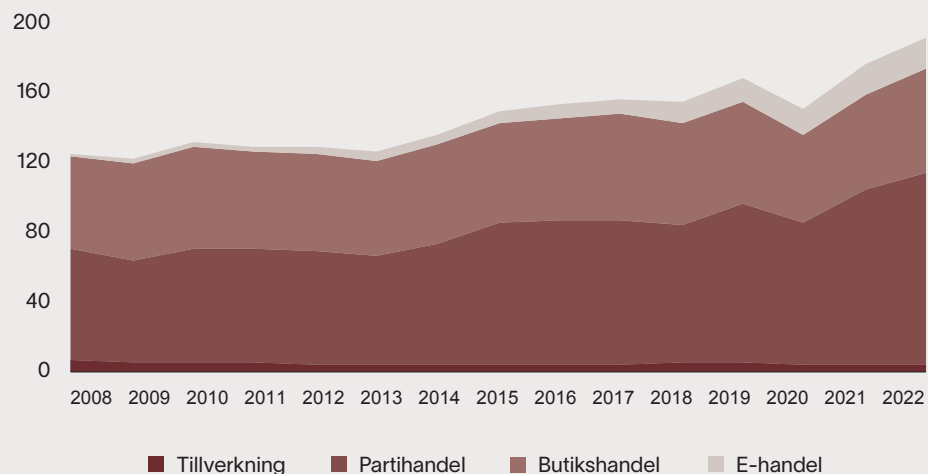
Helena Waker
Vd, Trade Partners Sweden och
Stockholm Fashion District

Modebranschen har i snitt vuxit med tre procent per år

Under perioden 2008 till 2022 ökade den svenska modebranschens omsättning från 123 till 188 miljarder kronor, vilket motsvarade en årlig tillväxttakt på tre procent. Det var lägre än ekonomin som helhet som i snitt växte med fyra procent per år under samma period. Coronapandemin slog hårt mot modebranschen. Mellan 2019 och 2020 sjönk omsättningen med 11 procent, vilket motsvarade 18 miljarder kronor. Butikshandeln blev särskilt starkt påverkad. Modebranschen har uppvisat en rejäl återhämtning, men denna har framför allt berott på god tillväxt i partihandel och e-handeln.

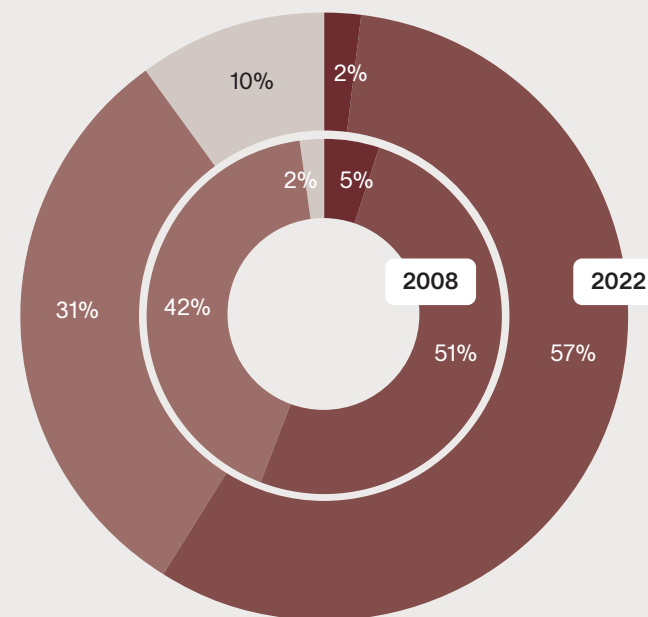


Modebranschens omsättning (mdkr)



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Andel av modebranschens omsättning



■ Tillverkning ■ Partihandel ■ Butikshandel ■ E-handel

Källa: SCB, Företagens ekonomi

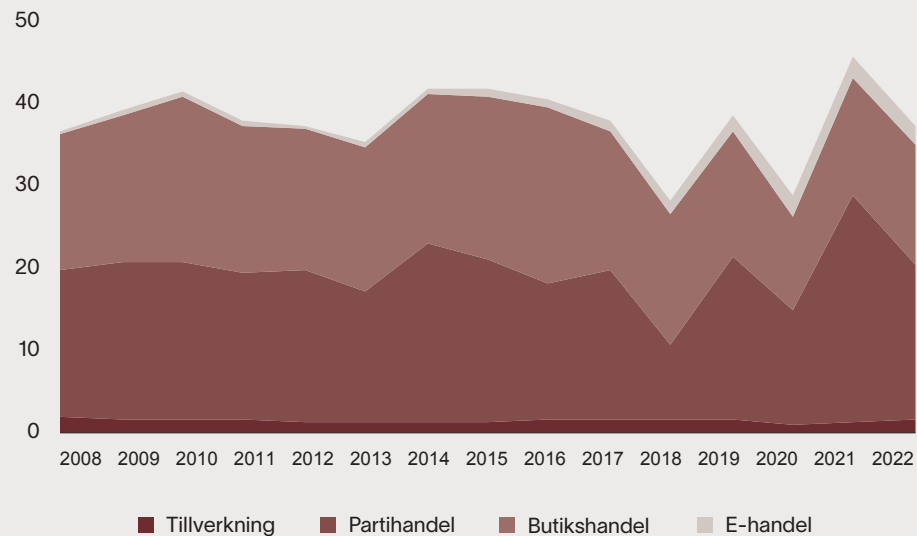
188 miljarder kr

Modebranschens nettoomsättning år 2022

Var hundra skattekrona genererades i modebranschen

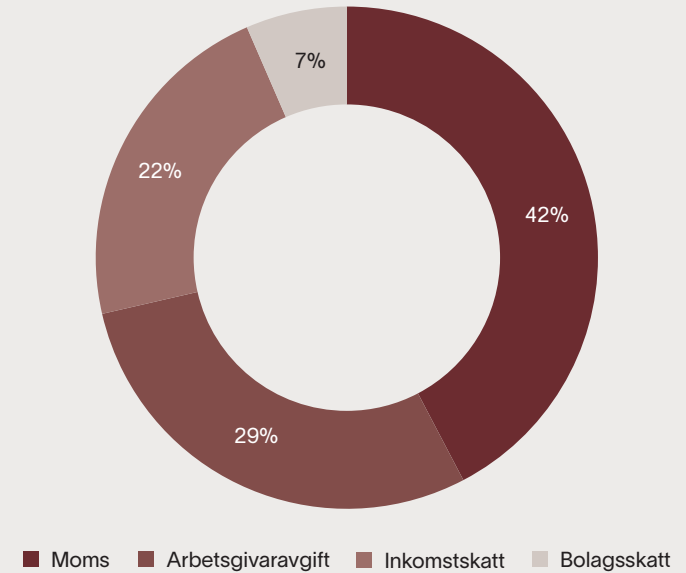


Modebranschens bidrag till BNP (mdkr)



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Modebranschens skatteintäkter



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Modebranschen stod för 0,7 procent av Sveriges BNP år 2022. Partihandeln gav störst bidrag till BNP, följt av butiks- och e-handeln. Tillverkning stod för en jämförelsevis liten del av modebranschens BNP-bidrag.

Modebranschen bidrog med 21 miljarder kronor till de offentliga finanserna år 2022, vilket motsvarande en procent av Sveriges totala skatteintäkter. Moms stod för den största delen av modebranschens skatteintäkter.

Modebranschens skatteintäkter motsvarar kostnaden för att anställa

42 000

undersköterskor

Källa: SCB, Företagens ekonomi och SKR, Fakta om löner samt egna beräkningar

Svensk modeexport har gått starkt framåt

Den inhemska marknadens begränsade storlek har resulterat i att många svenska modeföretag söker sig utanför landets gränser för att kunna växa och nå sin fulla potential. En del nya modeföretag satsar internationellt redan från start. Sedan 2016 har den svenska modebranschens export fördubblats. En bidragande orsak till exportens tillväxt är att aktörer som Zalando har etablerat e-handelslager i Sverige som fungerar som nav för hela den nordiska marknaden.

Svenskt mode har gjort större avtryck på den globala scenen än vad siffrorna ger sken av. Genom utländska dotterbolag och filialer säljer svenska modeföretag varor för hundratals miljarder kronor i utlandet. Det främsta exemplet är H&M Group vars försäljning utanför Sverige uppgick till 228 miljarder år 2023.

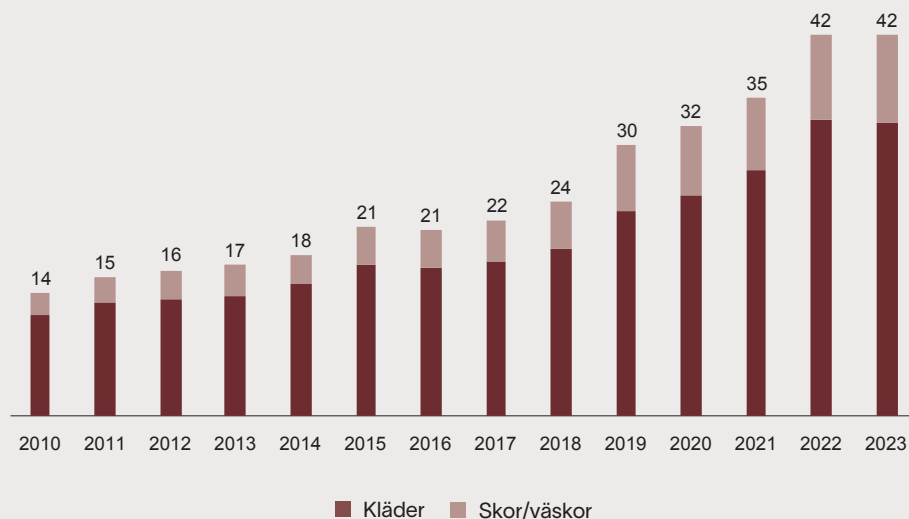
Källa: H&M Group

12 000

Svenska jobb beräknas ha genererats av modebranschens export

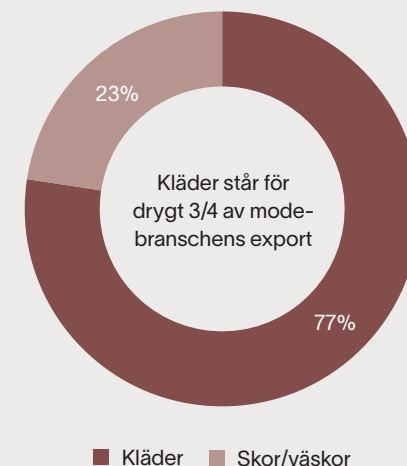
Källa: SCB, Utrikeshandel och Företagens ekonomi, egna beräkningar

Modebranschens export (mdkr)



Källa: SCB, Utrikeshandel

Modebranschens export per kategori



Källa: SCB, Utrikeshandel



Pressad lönsamhet i modebranschens konsumentled



Över tid har lönsamheten i den del av modebranschen som säljer varor till konsumenter haft en nedåtgående trend. Efter år 2020 såg det ut som att rörelsemarginalen ökade kraftigt, men detta berodde i hög grad på utdelat coronastöd och var inte en indikation på förbättrad lönsamhet. Lönsamheten har pressats från två håll. Dels har prispressen ökat till följd av framväxten av fast fashion, internationell konkurrens och växande e-handel. Därtill har många aktörer drabbats av kostnadsökningar till följd av ökade inköpspriser och hyreshöjningar.

7 av 10

svenska konsumenter anger att de någon gång har handlat på Shein eller Temu

Källa: Svensk Handel

Genomsnittlig hyreskostnad av butikens omsättning år 2022

16%

Beklädnad

10%

Hem och fritid

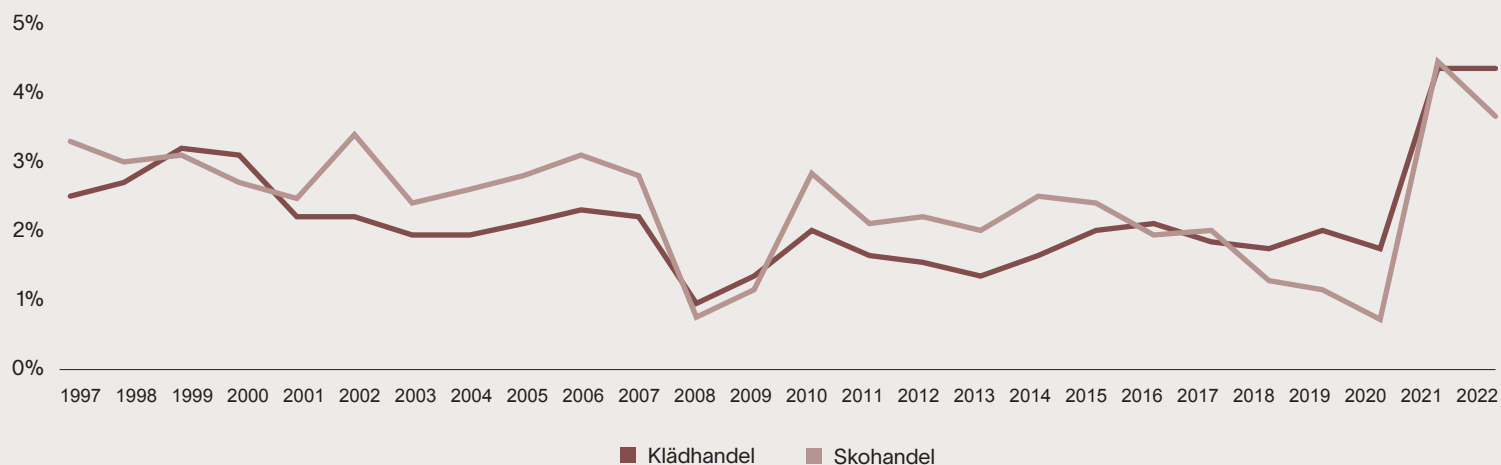
7%

Hemelektronik

Källa: Svensk Handel, Hyresdatabasen

Svensk Handel gör årligen en datainsamling och analys av den svenska sällanköpsvaruhandels hyressättning. Hyresdatabasen har en täckningsgrad på 18 procent av Sveriges kedjedrivna sällanköpsvarubutiker.

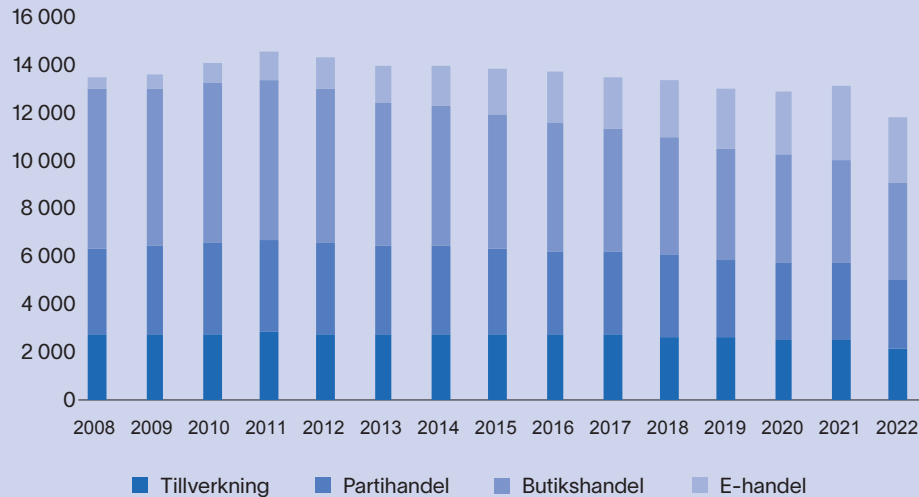
Rörelsemarginal (median)



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Färre men större företag i modebranschen

Antal företag i modebranschen



8 Källa: SCB, Företagens ekonomi

Genomsnittlig nettoomsättning per företag i modebranschen år 2022 (mkr)

1,9

Tillverkning

37,8

Partihandel

14,6

Butikshandel

6,4

E-handel

Källa: SCB, Företagens ekonomi

År 2022 fanns det cirka 11 900 företag i den svenska modebranschen. Samtidigt som modebranschens nettoomsättning har ökat med 65 miljarder kronor mellan åren 2008 och 2022 så har antalet företag minskat med drygt 1 600 stycken. Butikshandeln står för den största andelen av minskningen, medan många nya e-handelsbolag har startats. Den övergripande trenden visar att modebranschen blir allt mer koncentrerad till större företag som genom sin storlek kan uppnå skalfördelar och på så sätt bland annat kan pressa sina priser och öka sin konkurrenskraft.

Förändring i antal företag i modebranschen år 2008-2022

-533

Tillverkning

-806

Partihandel

-2 674

Butikshandel

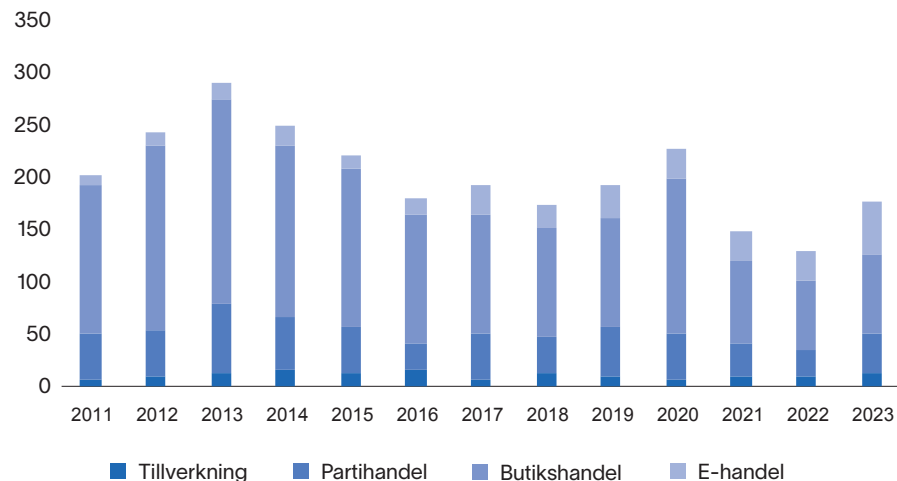
+2 371

E-handel

Källa: SCB, Företagens ekonomi

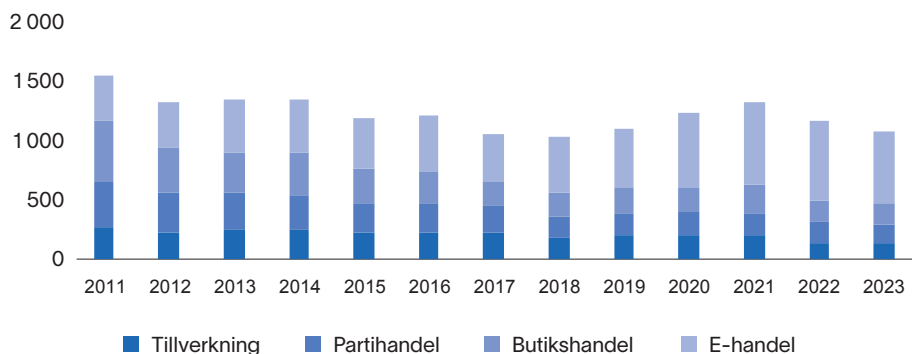
E-handeln står för två av fem nystartade företag i modebranschen

Antal konkurser i modebranschen



Källa: Tillväxtanalys, Konkurser

Antal nystartade företag i modebranschen

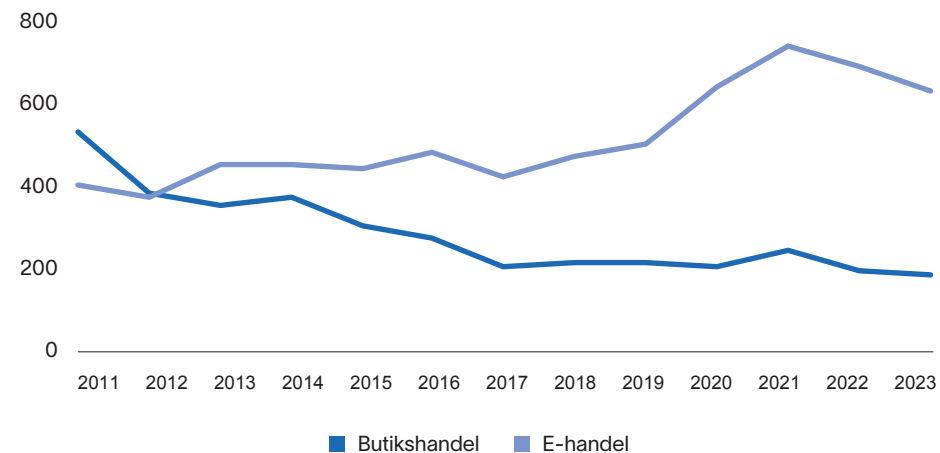


Källa: Tillväxtanalys, Nystartade företag

Över tid har antalet nystartade företag i modebranschen varit betydligt högre än antalet företag som försatts i konkurs. Sedan 2011 har det startats minst 1 000 nya företag i modebranschen varje år. Det totala antalet företag i modebranschen har dock minskat över tid, på grund av att företag läggs ned utan att försättas i konkurs.

En topp i konkurserna skedde under 2020, det första pandemiåret. Därefter låg konkurserna på en relativt låg nivå både 2021 och 2022. En bidragande faktor var de statliga stöd som infördes för att hjälpa företag genom krisen. Under 2023 ökade konkurserna igen.

Antal nystartade företag



Källa: Tillväxtanalys, Nystartade företag

Sedan år 2012 står e-handeln för den största delen av de nystartade företagen i modebranschen, vilket hänger ihop med en ökad efterfrågan av mode på nätet. Mellan år 2011 och 2023 stod e-handeln för 41 procent av nyetableringarna i modebranschen och endast 12 procent av konkurserna. Butikshandeln stod i sin tur för 63 procent av konkurserna under perioden.

Kläd- och skohandeln har haft störst nettominusning av butiker

Kläd- och skohandelns kedjeanslutna butiksbestånd minskade med 26 procent mellan åren 2017 och 2023, vilket motsvarande en minskning med 951 butiker. Kläd- och skohandeln var det segment i detaljhandeln som hade störst nettominusning av butiker. Under samma period minskade detaljhandelns totala kedjeanslutna butiksbestånd med 7 procent.

-1 528

Kedjeanslutna kläd- och skobutiker stängde mellan åren 2017-2023

+577

Kedjeanslutna kläd- och skobutiker öppnade mellan åren 2017-2023

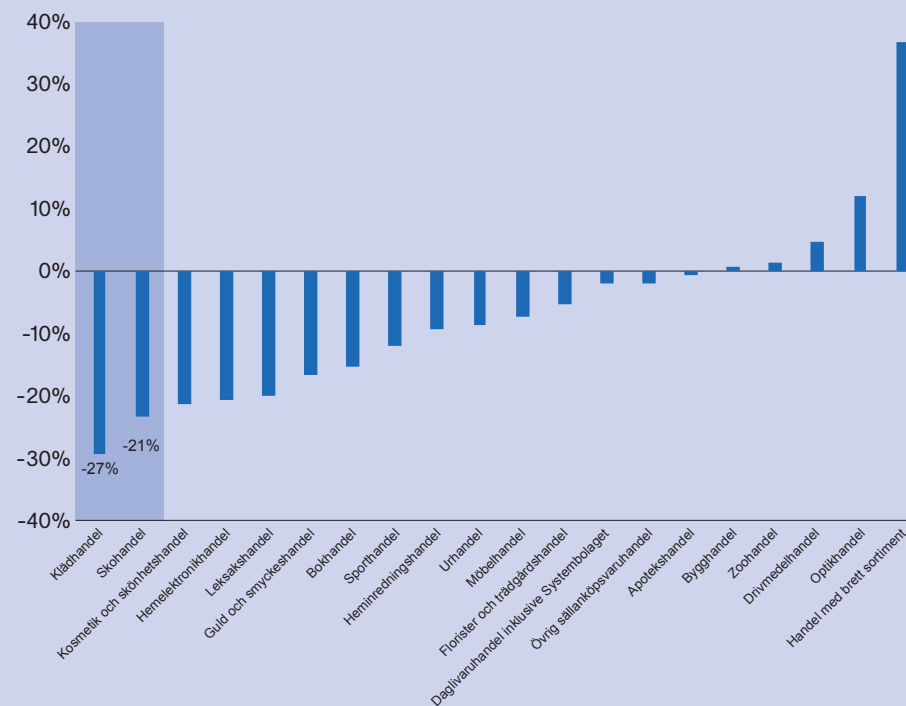
Stor- städerna

Har haft den största nettominusningen av antalet kedjeanslutna kläd- och skobutiker mellan åren 2017-2023



Kläd- och skohandeln stod för en tredjedel av alla butiksstängningar i detaljhandeln mellan åren 2017 och 2023, vilket motsvarande över 1 500 nedlagda butiker. Majoriteten av dessa lades ner under pandemin. Över tid har den främsta orsaken till butiksstängningar i kläd- och skohandeln varit förflyttningen av försäljning till e-handeln. Mellan åren 2017 och 2023 ökade kläd- och skohandelns e-handelsandel från 16 till 28 procent. Därtill har många kläd- och skobutiker pressats av höga hyreskostnader som skapat utmaningar med att nå lönsamhet i fysisk butik.

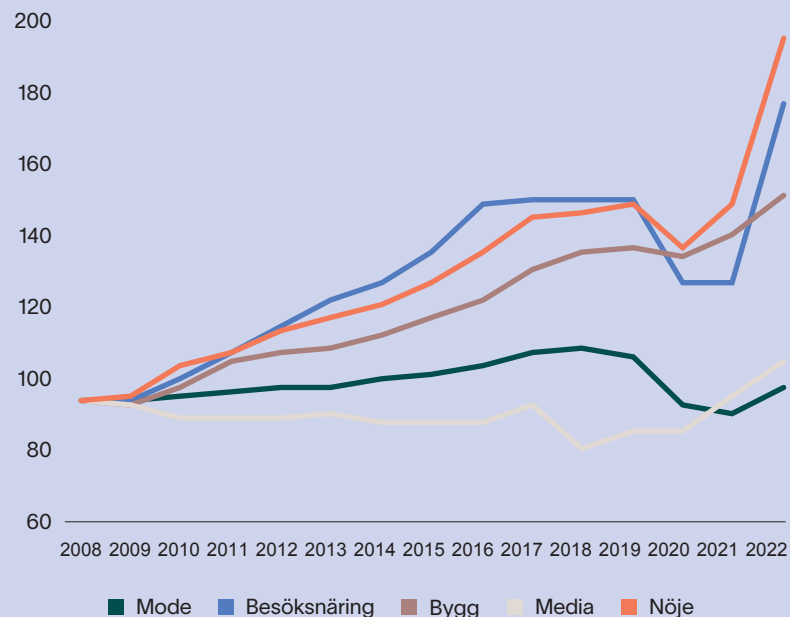
Utveckling i antal kedjeanslutna butiker år 2017-2023



Källa: HUI:s butiksdatabas

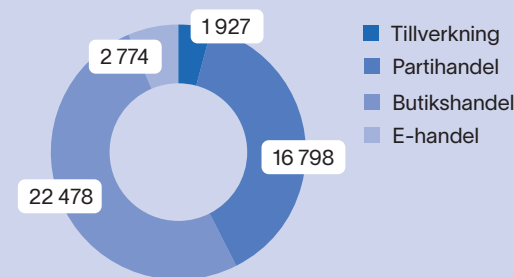
E-handeln har varit modebranschens produktivetsmotor

Utveckling i antal anställda, index 100 = år 2008



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Antal anställda i modebranschen år 2022



Källa: SCB, Företagens ekonomi

Förändring i antal anställda i modebranschen år 2008-2022

-1 586	Tillverkning
+7 615	Partihandel
-6 746	Butikshandel
+2 280	E-handel

Nästan 44 000 personer arbetade i den svenska modebranschen år 2022, vilket är en minskning med ungefär 1 600 personer sedan år 2008. Det är främst i butikshandeln som tappet har skett, vilket hänger ihop med att antalet butiker har minskat och att produktiviteten har ökat. När coronapandemin slog till minskade antalet butiksanställda kraftigt, och antalet butiksanställda har inte återvänt till nivån före pandemin. Samtidigt har antalet anställda i partihandeln ökat kraftigt.

Omsättning per anställd i modebranschen har ökat från 2,9 miljoner år 2008 till 4,3 miljoner år 2022. Det är framför allt e-handels framväxt och den teknologiska utvecklingen som har bidragit till att öka produktiviteten i modebranschen.

Omsättning per anställd i modebranschen år 2022 (mkr)

2,2

Tillverkning

6,4

Partihandel

2,6

Butikshandel

6,5

E-handel

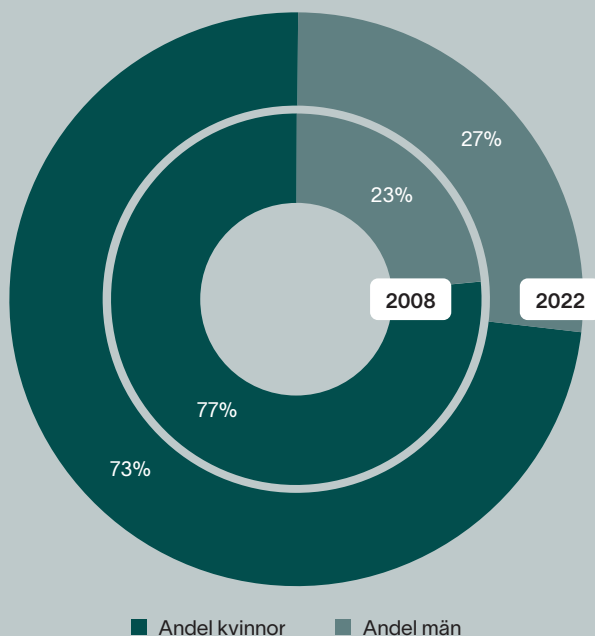
Källa: SCB, Företagens ekonomi

Modebranschen är en viktig inkörsport till arbetsmarknaden

Modebranschen är en kvinnodominerad bransch, och även om könsfördelningen har jämnat ut sig något över tid är fortfarande sju av tio anställda kvinnor. Mest skev är fördelningen i butiks- och e-handeln med mode där 82 procent av de anställda är kvinnor. I partihandeln med mode är andelen kvinnor 62 procent, och jämnast fördelning har tillverkning där 57 procent av de anställda är kvinnor.

Många unga får sitt första jobb i modebranschen. Särskilt vanligt är det att som ung arbeta i butiks- och e-handeln med mode. Där är var fjärde anställd yngre än 25 år. Modebranschen ligger dock i lå jämfört med besöksnäringen (hotell- och restaurangbranschen) där var tredje anställd är yngre än 25 år.

Sysselsatta fördelat på kön i modebranschen



Källa: SCB, BAS

46%

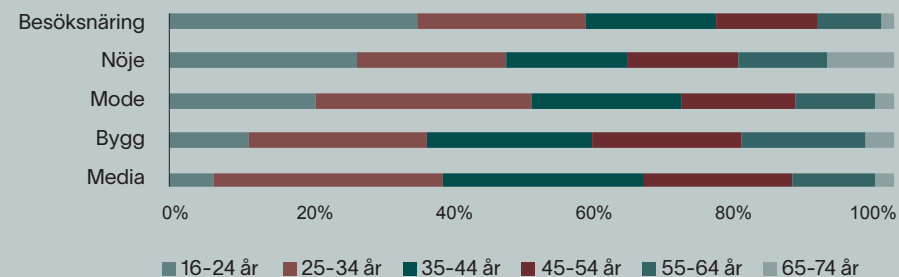
Andel kvinnliga vd:ar i modebranschen

23%

Andel kvinnliga vd:ar i hela ekonomin

Källa: SCB, Yrkesregistret

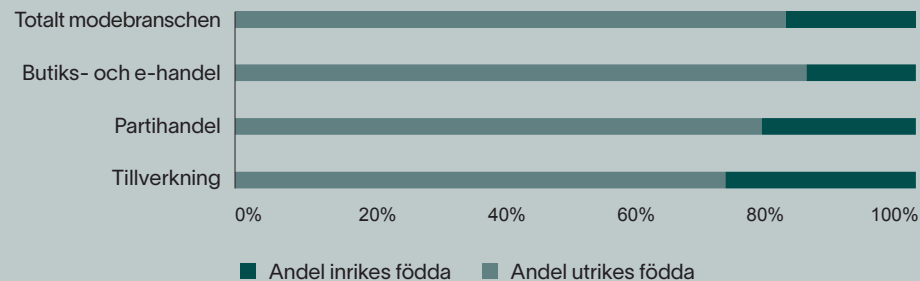
Sysselsatta fördelat på ålder



Källa: SCB, BAS

Var femte person som arbetar i modebranschen är född utanför Sverige, vilket är något lägre än i Sveriges ekonomi i stort. Andelen utrikesfödda i modebranschen har vuxit i takt med att invandringen till Sverige har ökat. År 2008 var endast 12 procent av de som jobbade i den svenska modebranschen födda utomlands.

Sysselsatta fördelat på ursprung i modebranschen

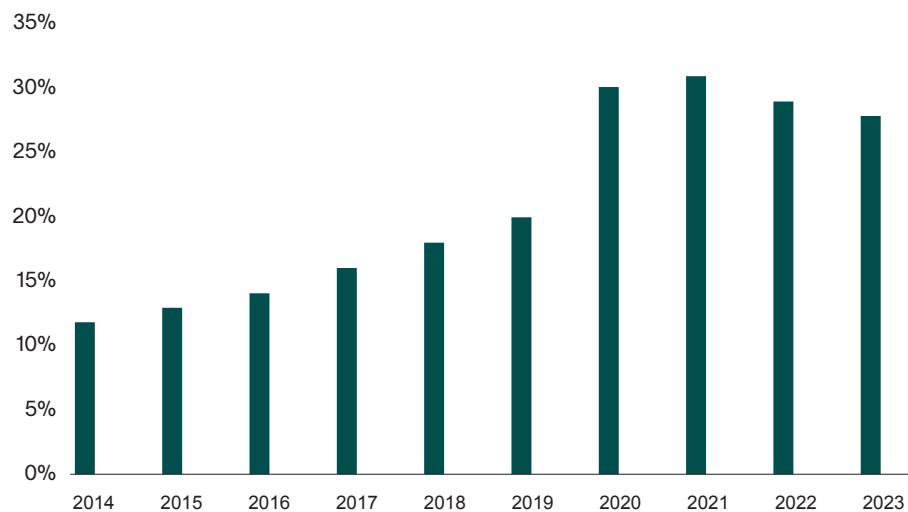


Källa: SCB, BAS

Modebranschen är en e-handelsmogen bransch

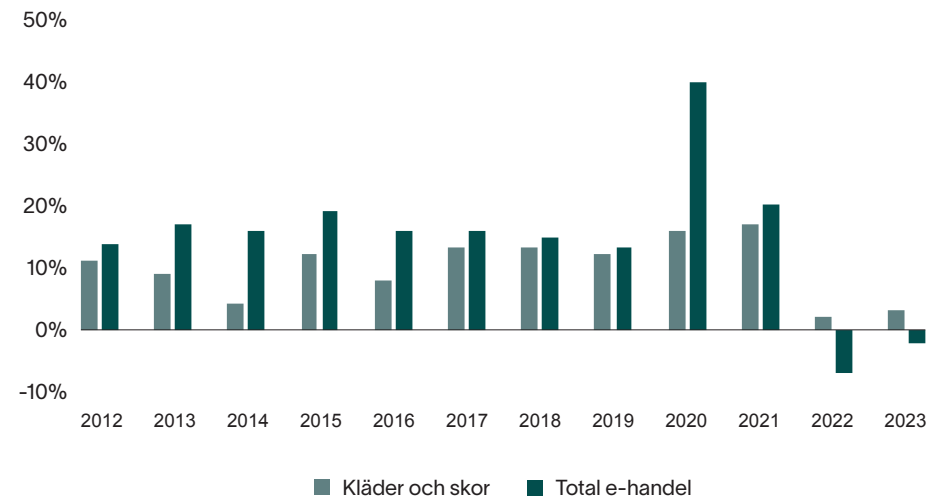
Den totala e-handeln i Sverige omsatte 133 miljarder år 2023, vilket var en minskning med 2 procent jämfört med år 2022. Samtidigt omsatte e-handeln med kläder och skor 19 miljarder och växte med 3 procent. Till skillnad från många andra branscher har kläd- och skohandeln fortsatt uppvisa positiv e-handelstillväxt under åren efter pandemin.

E-handels andel av försäljningen av kläder och skor



Källa: PostNord, E-barometern

Omsättningsutveckling i e-handeln



Källa: PostNord, E-barometern

Modebranschens förflyttning från butik till e-handeln har kommit långt jämfört med andra branscher. Sedan 2011 har modebranschens e-handelsomsättning mer än tredubblats. Tillväxten var som störst under pandemiåren 2020 och 2021 då allt fler konsumerade online och fick varorna hemlevererade.

Kläd- och skohandelns e-handelsomsättning har **mer än tredubblats** mellan åren 2011-2023

4 av 10

konsumenter e-handlade kläder och skor år 2023

Källa: PostNord, E-barometern

1 352kr

snittkvitto för kläder och skor i e-handeln

Källa: PostNord, E-barometern

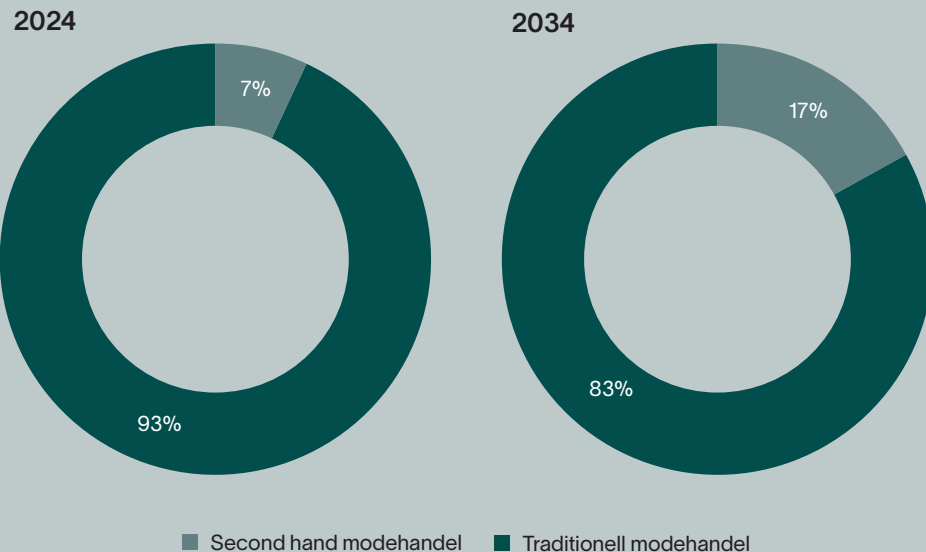
Mode är den mest populära second hand-varan



Under de senaste åren har second hand-marknaden med mode haft stark tillväxt. I dagsläget står second hand-mode för nästan en tredjedel av den totala second hand-marknaden och för 7 procent av den totala modehandeln. Enligt Svensk Handels prognoser kommer second hand-marknaden för mode växa ytterligare de kommande åren och uppgå till 17 procent av den totala modehandeln år 2034.

Många konsumenter väljer att handla begagnat framför att köpa nytt. Ett lägre pris var den främsta anledningen till att begagnathandelns popularitet under 2023. Utöver priset lockas konsumenterna till begagnathandeln för att konsumera på ett mer miljövänligt sätt och för att uttrycka sig genom unika produkter som inte finns i vanliga butiker.

Second hand-mode som andel av den totala modehandeln



Källa: Svensk Handel, Handelsfakta

Kläder

Kläder är det vanligaste second hand-köpet

400mkr

Svenskar handlar second hand-mode för cirka 400 miljoner kronor i månaden

484kr

Snittkvittot online för begagnade kläder och skor

Källa: Svensk Handel, Pre Loved-indikatorn och PostNord, E-barometern

Topp 4 anledningar till att handla begagnat mode

1. Få mer för pengarna
2. Hitta unika föremål
3. Ha råd med exklusiva varumärken
4. Bättre för planeten

Källa: ThredUp

Diversifierat konsumtionslandskap för second hand

Second hand-
marknaden med
mode väntas
omsätta 20 miljarder
kronor år 2034

Källa: Svensk Handel

Under det senaste decenniet har second hand-mode gått från att främst säljas på loppisar och i välgörenhets- eller vintage-butiker till att erbjudas i nya fysiska och digitala kanaler. Ett nytt landskap för second hand har växt fram, vilket har bäddat för second hand-marknadens kraftiga tillväxttakt.

Mångfalden av aktörer har bidragit till olika köppplevelser och fler valmöjligheter för den som vill handla begagnat. Exempelvis kan konsumenter handla direkt från andra konsumenter, eller köpa second hand i butiker som helt eller delvis erbjuder second hand eller upcycling i sitt sortiment. Second hand-monet utgör en viktig beståndsdel i framtidens modebransch.

18%

av kläd- och skohandlarna erbjöd försäljning
av second hand eller upcyclade varor år 2023

Källa: Svensk Handel, Hållbarhetsundersökning 2023/2024

HUI:s modell för second hand-konsumtionslandskapet

Traditionell second hand-handel

Välgörenhetsorganisationer

Myrorna	Humana
Stadsmissionen	Röda korset
Emmaus	Erikshjälpen

Second hand- och vintageaffärer

Beyond Retro	Love Street Vintage
Napoli Centrale	Pop Stockholm

Kurerade kommissionsaffärer

Arkivet	Klädverket
Judits	Busfrö Nytt & Bytt

Loppisar och auktioner

Nya affärsmodeller

Resale-as-a-service

Sellpy	Trove
Mai	Archive

Upcycling

Remake	Rave Review
Designers Remix	Hodakova

Detaljister och e-handlares second hand-koncept

Zalando	Urban Outfitters
Aplace	Weekday

Partnerskap

MQ Marqet och Stadsmissionen
Nordiska Kompaniet och The Vintage Bar

Peer-to-peer

Peer-to-peer-plattformar och marknadsplatser

Vinted	Blocket
Plick	Etsy
Tradera	Facebook Marketplace

Luxury resale

Vestiaire Collective	The Vintage Bar
The RealReal	Collector Square

Facebook-grupper och Instagram-konton

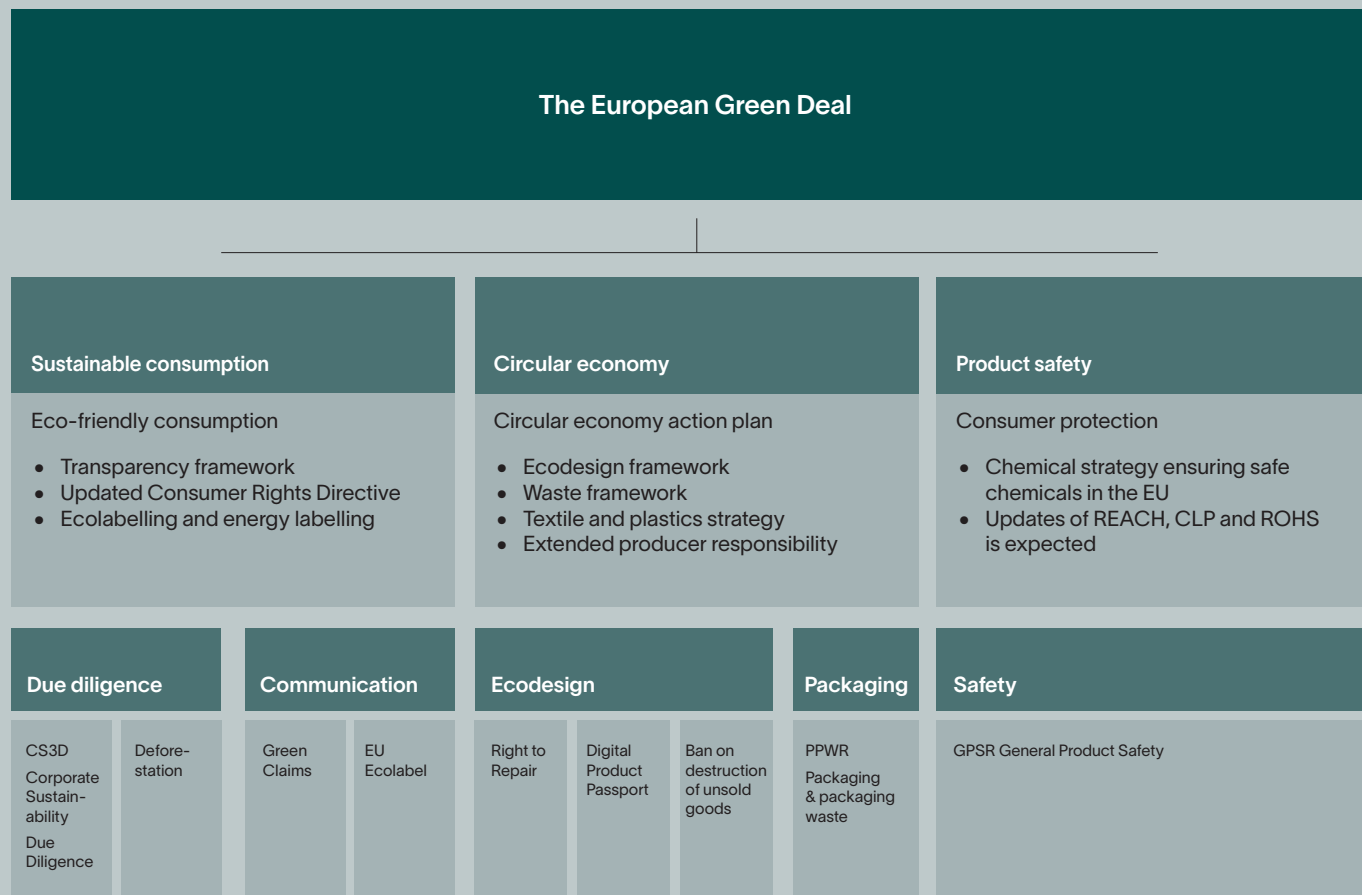
Labels We Love	Circle of Clothes
----------------	-------------------

EU-lagstiftning påverkar modebranschen

Hållbarhet har länge varit en av de viktigaste frågorna för modebranschen. Mycket tyder på att förutsättningar för modebranschen kommer att förändras under kommande år. Mellan år 2024 och 2030 förväntas flera lagstiftningar träda i kraft. De kommande lagstiftningarna ingår i EU:s övergripande plan för klimatneutralitet *The European Green Deal* och syftar bland annat till att främja en mer hållbar konsumtion och cirkulär ekonomi inom EU. Några exempel på lagar som kommer att påverka modehandeln är lagen om tillbörlig aktsamhet i värdekedjan, ekodesign för hållbara produkter, miljöpåståenden, rätten att reparera samt kravet på digitala produktpass.

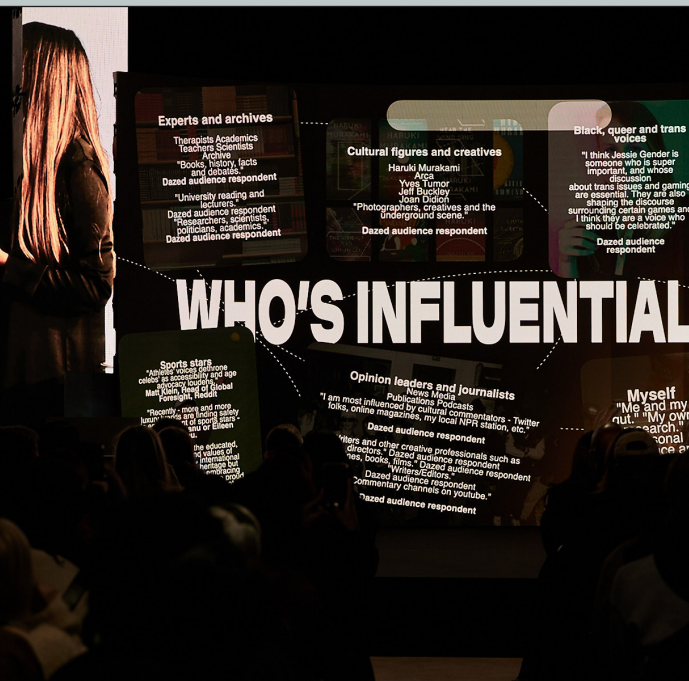
Lagarna kommer att gälla för samtliga aktörer inom EU och utländska aktörer med försäljning inom EU:s gränser. Sammantaget kommer implementeringen av lagarna sannolikt leda till en transformation inom modebranschen. Det kommer bland annat att märkas genom att fler produkter tillverkas med större hänsyn till miljön och att fler butiker erbjuder lösningar för att förlänga produkternas livslängd. Genom en ökad spårbarhet i värdekedjan förväntas företag även kunna dela mer detaljerad produktinformation med konsumenterna, vilket kommer möjliggöras av digitala produktpass.

HUI:s modell för lagar som kommer att påverka handeln år 2024-2030



Teknologisk innovation formar framtidens modebransch

Modebranschens utveckling har under 2000-talet varit starkt präglad av den teknologiska utvecklingen. Trots färre butiker har försäljningen vuxit, produktivitet har ökat och ett nytt landskap för second hand har växt fram online. Efter att en stor del av modebranschens teknikinvesteringar initalt fokuserat på e-handel så breddas nu satsningarna. Här är några exempel på områden där teknologisk innovation formar modebranschens framtid.



Framtidens modebransch

Materialinnovation	AI	Blockchain, RFID och digitala produktpass	AR och VR
<p>Utveckling av nya, hållbara och funktionella textilier som kan ersätta traditionella material och möta krav på hållbarhet och prestanda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3D-printning • Nya naturfibrer • Återvunna material • Wearable tech 	<p>AI omformar modebranschen på bred front och påverkar allt från design och inköp till marknadsföring och köppplevelse.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsumentinsikt • Produktdesign • Processoptimering • Personalisering • Förutsäga trender • Avtalsförhandling • Textproduktion • Kundservice • Prognostisering • Budgetering • Automatisering • Översättning 	<p>Påverkar hur vi handlar och upplever mode genom att skapa mer engagerande och personifierade shoppingupplevelser samt öka effektiviteten i köpprocessen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interaktiv marknadsföring • Virtuella provrum • Storleksrekommendationer • Virtuella modevisningar • Virtuella butiker 	<p>Möjliggör ökad spårbarhet, transparens och optimering av värdekedjan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Äkthetsverifiering • Livscykelspårning • Miljöavtryck • Kostnadsstruktur • Lageroptimering • Transportoptimering

Definitioner och källor

Modebranschen

Modebranschen inkluderar företag registrerade i Sverige som ingår i någon av följande SNI-koder: 13.200, 13.300, 14.110, 14.120, 14.130, 14.140, 14.190, 14.200, 14.310, 14.390, 15.110, 15.120, 15.200, 46.160, 46.420, 47.711, 47.712, 47.713, 47.714, 47.715, 47.721, 47.722, 47.912.

Modebranschen kan i sin tur delas upp i olika delbranscher. Tillverkning utgörs av de företag vars SNI-koder inleds med 1, partihandeln av de företag vars SNI-koder som inleds med 46, e-handeln av företag i SNI-koden 47.912 och resterande företag vars SNI-kod inleds med 47 ingår i detaljhandeln.

Observera att företag klassificeras i SNI-koder utifrån sin huvudsakliga verksamhetsutövning. Exempelvis innebär detta att företag som huvudsakligen driver butiker räknas in i butikshandel även om de även har en e-handelsverksamhet.

Jämförelsebranscher

I rapporten sätts modebranschen i relation till andra branscher. Rapportens jämförelsebranscher utgörs av bygg (SNI 41, 42, 43), besöksnäring (SNI 55, 56), media (SNI 58, 59, 60) samt nöje (SNI 90, 91, 93).

Omsättning

Omsättning i en bransch avser den totala nettoomsättningen tillhörande de företag som ingår i branschen och baseras på Statistiska Centralbyråns undersökning "Företagens ekonomi". I vissa fall har större svenska modeaktörer en betydande del av sin försäljning i utlandet. Huruvida denna räknas in i rapportens siffror varierar beroende på aktörens företagsstruktur. Till exempel räknas inte aktörer vars utländska försäljning ligger i bolag registrerade i utlandet eller i företag som inte ingår i SNI-koderna ovan in.

Antal anställda och sysselsatta

Data över antal anställda baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Företagens ekonomi". Data över antal sysselsatta baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Befolkningens arbetsmarknadsstatus". Antal vd:ar kommer från Statistiska Centralbyråns "Standard för svensk yrkesklassificering" och avser anställda i koden 1120.

Antal företag

Data över antal aktiva företag baseras på Statistiska Centralbyråns undersökning "Företagens ekonomi". Data över nystartade företag och konkurser kommer från Tillväxtanalys.

Antal butiker

Data över antal butiker avser endast kedjedrivna butiker, det vill säga butiker som tillhör en kedja som driver minst 3 butiker. Datat kommer från kartläggningen "Sveriges butiker" som finansieras av Handelsrådet och produceras av HUI Research.

Export

Exportstatistiken i denna rapport omfattar endast varor som passerar ut genom Sveriges gränser, antingen för att de är tillverkade i Sverige eller för att de passerar genom landet. Exportstatistiken baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Utrikeshandel" och inkluderar följande SPIN-koder: 14.110, 14.120, 14.130, 14.140, 14.190, 14.200, 14.310, 14.390, 15.110, 15.120, 15.200.

E-handel

E-handelsstatistiken och insikter kring e-handeln kommer huvudsakligen från PostNord:s kartläggning "E-barometern" som baseras på inhämtad försäljningsstatistik från svenska e-handlare tillsammans med konsumentundersökningar.

Rörelsemarginal

Rörelsemarginal avser medianen för företagen inom branschen och baseras på Statistiska Centralbyråns kartläggning "Företagens ekonomi".

Svenskt mode 2024

SH Svensk
Handel

SFC
SWEDISH FASHION COUNCIL

TP ASSOCIATION OF
TRADE
PARTNERS
SWEDEN