

Julrapport

2025

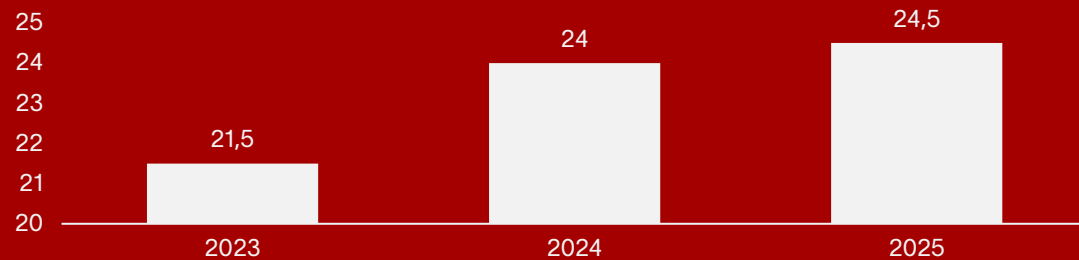
SH Svensk
Handel

- Prognosen för årets julklappshandel pekar mot en total försäljning på **24,5 miljarder kronor**, och innebär en viss ökning mot förra året. Hushållens ekonomiska situation fortsätter att förbättras, vilket inte minst syns i återhämtningen inom sällanköpsvaruhandeln i år. Om tidigare års julhandelsprognoser från Svensk Handel räknas om till dagens penningvärde så är årets handel något högre än 2019 och 2020, men lägre än 2021.
- Second hand-julklappar fortsätter vara populärt. Var fjärde konsument planerar att köpa någon julklapp second hand i år. Den vanligaste second hand-klappen är i år något inom mode, medan det förra året var något inom heminredning.
- De flesta julklapparna handlas på nätet. Andelen av konsumenterna som handlar majoriteten av julklapparna på nätet är däremot oförändrad mot fjolåret, medan en större andel planerar att handla merparten av julklapparna i butiker på orten eller göra shoppingresor till annan ort.
- Trots upprepade larm om brister i arbetsmiljön och potentiellt farliga kemikalier i produkterna, fortsätter svenskarna att handla julklappar från kinesiska Temu och Shein. Nära en av fem konsumenter – samma andel som i fjol – planerar att köpa julklappar hos någon av dessa aktörer i år.
- Julhandeln är viktigast för leksaksbranschen. Förra året utgjorde decemberhandeln en femtedel av hela årets försäljning för branschen.

Prognos: Julklappshandeln stiger i år - väntas uppgå till 24,5 miljarder kronor

Prognos över julklappshandeln

Miljarder kronor



Enligt Svensk Handels prognoser förväntas julklappshandeln i år uppgå till 24,5 miljarder kronor, en ökning från 24,0 miljarder kronor 2024. Konsumenterna har fått det bättre ekonomiskt under det senaste året, genom framför allt genomförda räntesänkningar och reallöneökningar. Något fler än tidigare uppger också att de kommer handla julklappar i år, även om summorna som planeras att spenderas håller tillbaka en större uppgång i julklappsinköpen.

Julhandelsprognoser 2019-2025

Mätt i dagens penningvärde samt i nominella värden, miljarder kronor

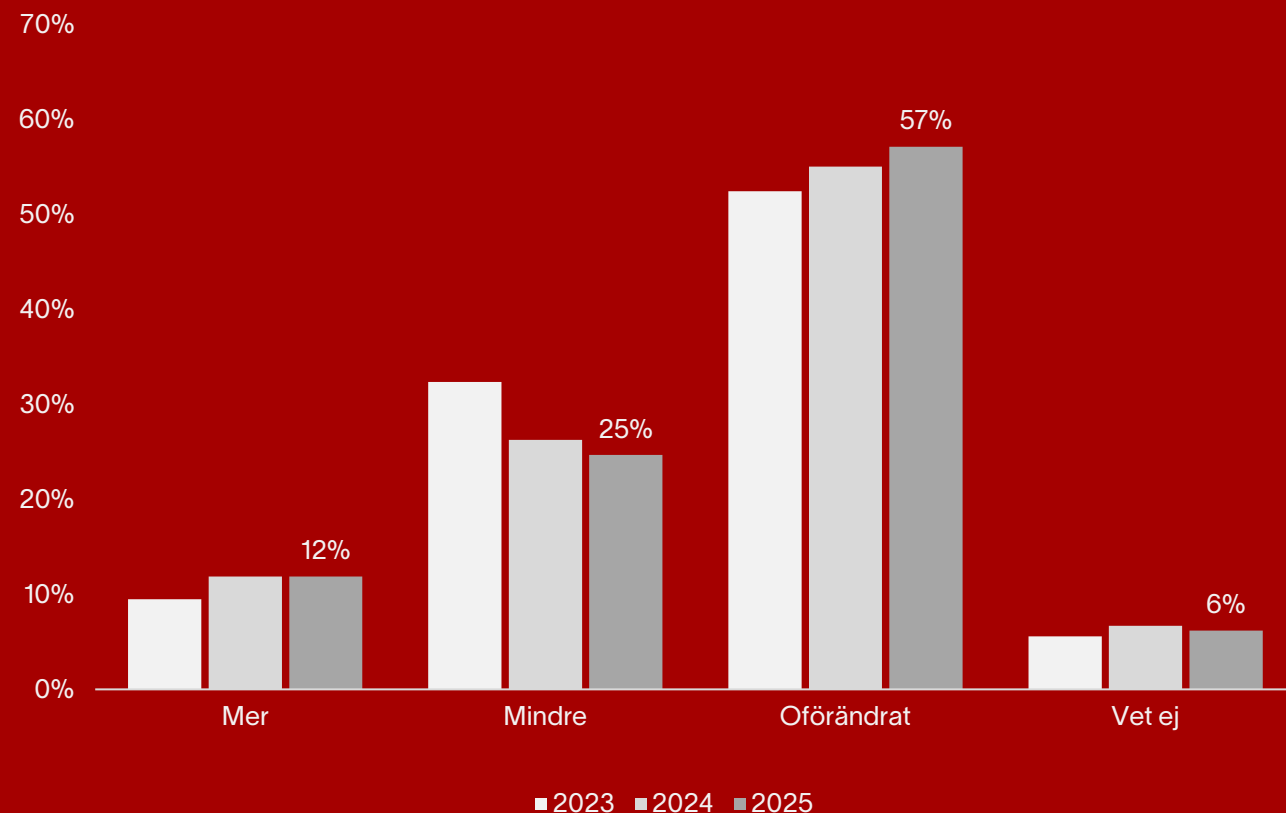


Statistik från SCB har använts för att räkna om tidigare års julhandel till dagens prisnivå. Prisuppgifterna avser sällanköpsvaruhandeln och utgår ifrån prisnivån de senaste tre tillgängliga månaderna (aug-okt).

Om tidigare års julhandelsprognoser räknas om till dagens penningvärde, så att inflationens effekt räknas bort, är årets julhandel något större än den var 2019 och 2020, men 2021 års julhandel fortsätter vara obeseerad. Årets förväntade ökning med en halv miljard kronor består uteslutande av en volymökning, då inflationen inom sällanköpsvaruhandeln mellan 2024 och 2025 är noll, eller till och med svagt negativ.

Färre planerar att dra ner på sina julklappsinköp i år

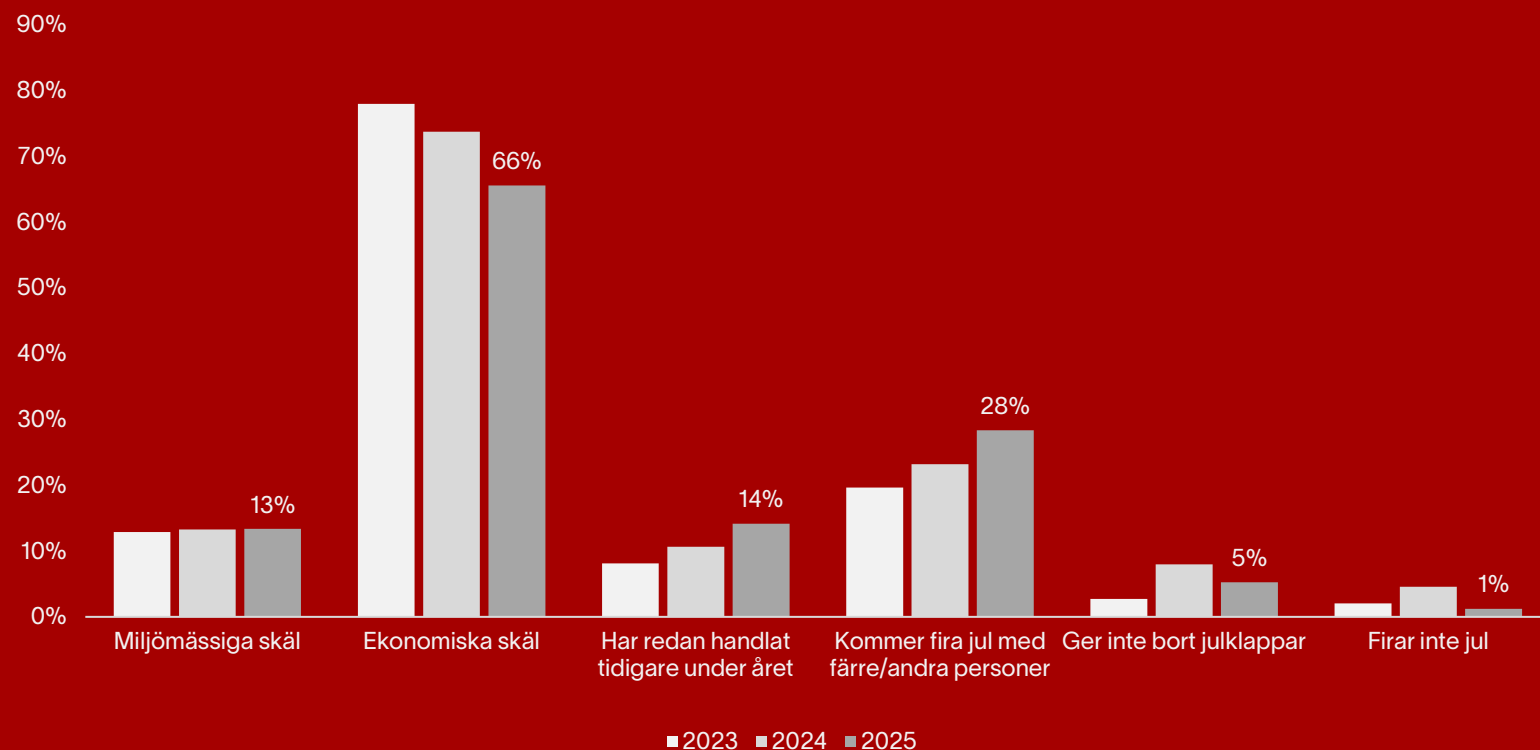
Fråga: Kommer du att handla mer eller mindre julklappar i år jämfört med förra året?



- För andra året i rad sjunker andelen konsumenter som uppger att de planerar att handla färre julklappar än tidigare år.
- Majoriteten, nära 60 procent av svarande, väntas handla ungefär lika mycket julklappar som förra året. Andelen som svarar att julklappsinköpen kommer vara oförändrade mot föregående år har också ökat under de senaste två åren. I år är det även tydligt att en del av de som uppgav att de kommer minska ner på julklappsinköpen förra året, har förflyttat sig till gruppen som uppger att julklappsinköpen kommer vara oförändrade. Samtidigt ligger andelen som uppger att de kommer öka julklappsinköpen på samma nivå som förra året.
- Hushållen lämnar några tuffa ekonomiska år bakom sig, och blickar framåt mot en ljusare framtid. Inflationen har normaliserats, hushållens bolånekostnader är markant lägre än tidigare år och under nästa år väntas kraftiga finanspolitiska stimulanser riktade just mot hushållen.

Färre julklappar – allt fler hänvisar till ändrad julkonstellation

Fråga: Du svarade att du kommer att handla mindre julklappar under julhandeln än förra året. Vilken är den främsta anledningen till det? Uppge max 3 alternativ.



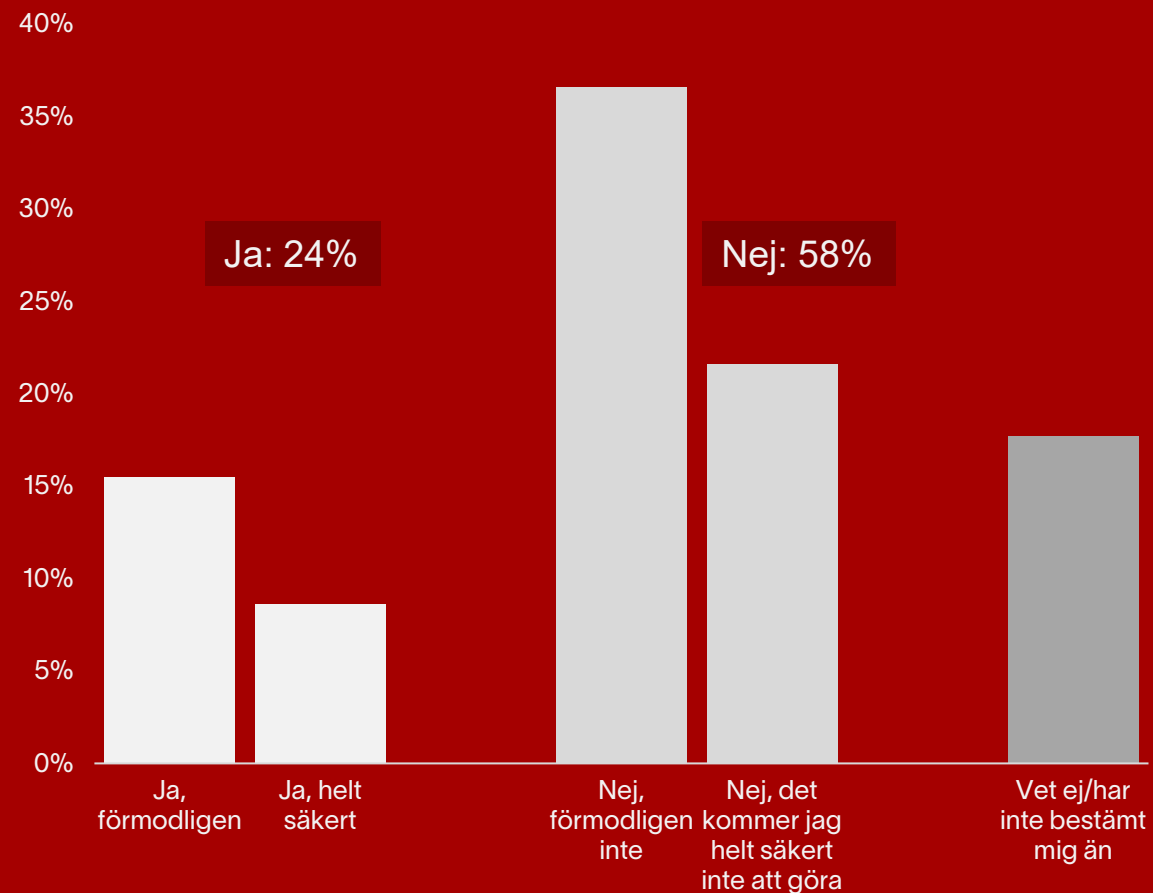
Bas: De som svarat att de kommer handla mindre julklappar än förra året.

- Den främsta orsaken till att man som konsument planerar att dra ner på julklappsinköpen är även i år att den egna ekonomin sätter stopp. I år uppger 66 procent ekonomiska skäl bakom att julklapparna planeras att bli färre. Däremot är det en allt lägre andel som hänvisar till den egna ekonomin som skäl till de lägre julklappsinköpen.
- De skäl som tydligt trendar i år är dels att man redan inhandlat julklapparna tidigare under året, samt att man planerar att fira med färre eller med andra personer än de man vanligtvis brukar fira med.

En av fyra konsumenter köper minst en julklapp second hand



Fråga: Kommer du att köpa någon julklapp second hand i år?



Andelen konsumenter som uppger att de kommer att köpa minst en julklapp second hand ligger kvar på ungefär samma nivå som de två senaste åren. Jämfört med i fjol är andelen en procentenhet lägre i år, men i linje med andelen 2023.

Likt tidigare år är det de yngre åldersgrupperna som i högst utsträckning kommer handla julklappar second hand – men i den yngsta åldersgruppen, 18 till 24 år, sjönk andelen från 33 procent i fjol till 29 procent i år. Andelen i denna åldersgrupp som i år svarar att de helt säkert kommer handla någon julklapp second hand, uppgår till knappt 6 procent – att jämföra med drygt 15 procent förra året.

Mellan könen är utvecklingen också intressant. Bland männen minskar andelen som planerar att handla second hand-julklappar i år; från drygt 22 procent förra året, till knappt 21 procent i år. Bland kvinnor går utvecklingen åt andra hållet; från nära 27 procent i fjol till knappt 28 procent i år.

Mode åter den mest populära second hand-julklappen



Fråga: Vad kommer du mest troligt att köpa second hand (som julklapp)?
Flera svarsalternativ är möjligt.



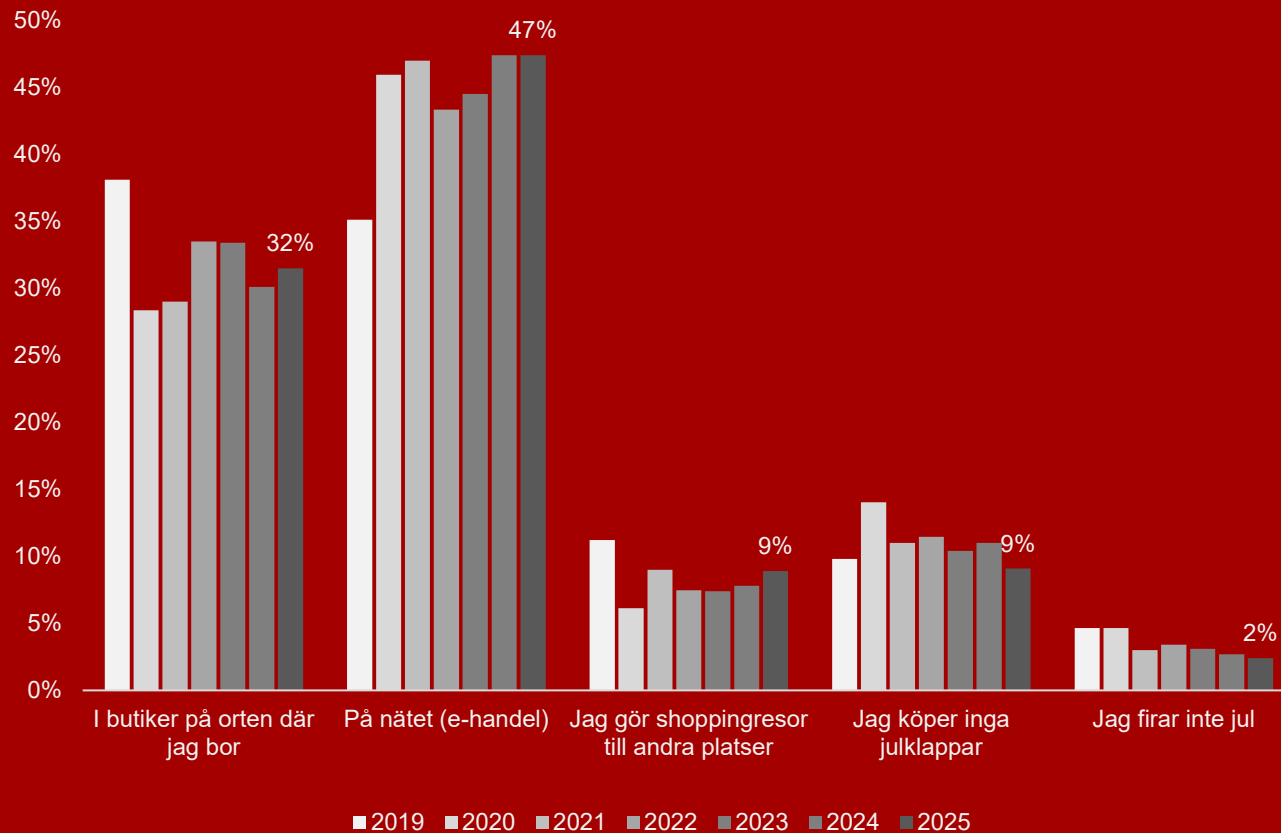
Bas: De som svarat att de förmodligen eller helt säkert kommer att köpa en julklapp second hand

- Förra året seglade heminredning och möbler upp och toppade listan över de kategorier i vilka flest konsumenter planerade att handla julklappar second hand. Hela 45 procent uppgav att de hade siktet inställt på en produkt till hemmet. I år verkar denna kategori inte vara fullt lika populär bland second hand-shopparna, även om kategorin hamnar på en andraplats inför årets julhandel, med en andel om 36 procent.
- I år är det istället framför allt kläder, skor och väskor som fler planerar att ge bort i second hand-julklapp; i år uppgår andelen till 44 procent, mot fjolårets 41 procent. Andra kategorier som ökar i popularitet i år är barnartiklar och leksaker, hemelektronik och sport- och fritidsprodukter.

Internet fortsatt vanligaste kanalen för julklappsinköpen



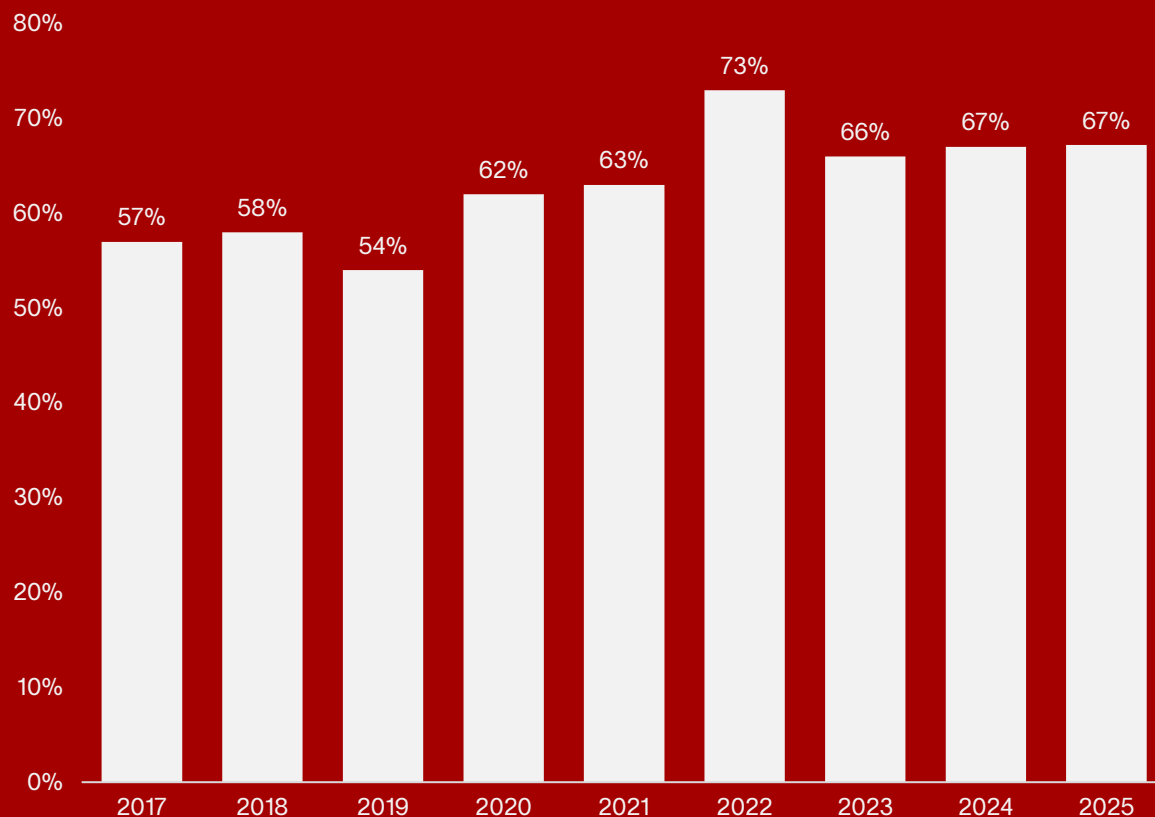
**Fråga: Var köper du majoriteten av dina julklappar?
Endast ett alternativ möjligt.**



- För sjätte året i rad är nätet den främsta kanalen för julklappsinköp bland svenska konsumenter. Mellan 2019 och 2025 har andelen som inhandlar majoriteten av julklapparna via nätet ökat från 35 procent till 47 procent. Under samma period har andelen för fysiska butiker på orten där man bor gått från 38 procent till 32 procent.
- Jämfört med i fjol går det att se en viss revansch för de fysiska butikerna, då andelen som uppger att de handlar i butiker på orten eller gör shoppingresor till andra platser stiger inför årets julhandel. De fysiska butikerna drabbades hårt av pandemin – medan e-handeln gynnades av att vi höll oss hemma mer. Det är glädjande att se att fler söker sig tillbaka till butikerna, samtidigt som andelen som handlar merparten av julklapparna på nätet fortsätter ligga på rekordnivåer.
- En annan intressant observation som går att göra i årets mätning är att allt färre uppger att de inte kommer köpa några julklappar, och att rekordfå uppger att de inte kommer fira jul i år. Endast 2 procent svarar att de inte kommer fira jul i år, jämfört med 5 procent 2019.

Två av tre klickar hem julklappar på nätet

Andel konsumenter som planerar att handla julklappar på nätet i år



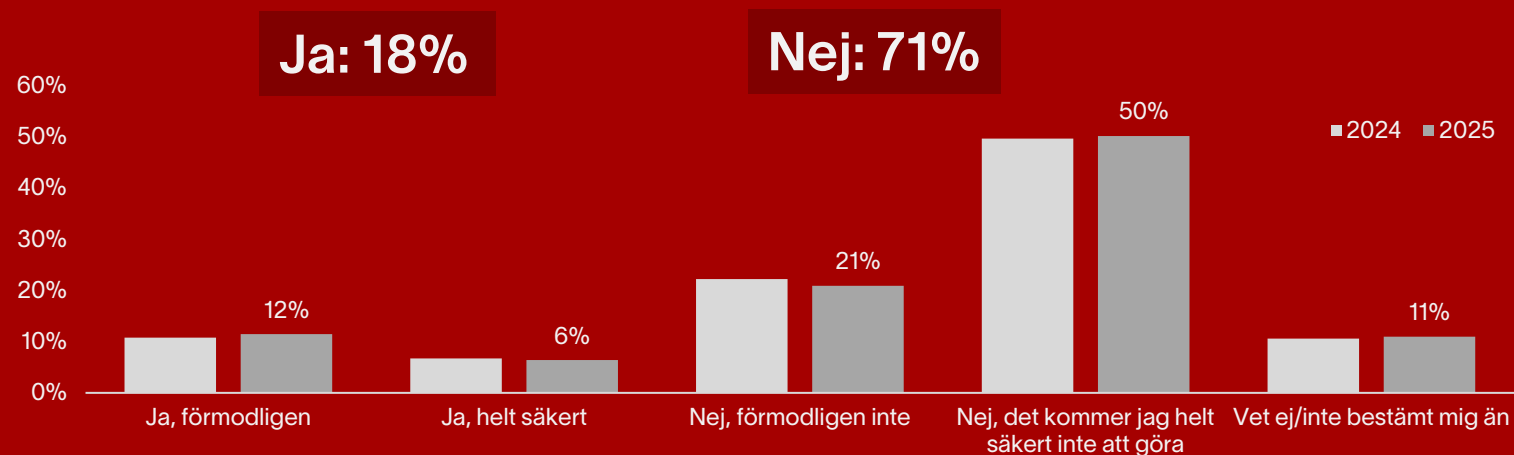
Under de tre senaste åren har andelen som handlar julklappar på nätet i någon utsträckning legat stabilt på omkring 67 procent. Denna nivå är däremot markant högre än den som går att observera innan 2020. Innan pandemin handlade mellan 54 och 58 procent av konsumenterna julklappar på nätet, men från att pandemin slog till, fram till idag, har andelen legat på en högre nivå. Detta exempel visar tydligt hur effekterna från pandemirestriktionerna snabbade på e-handels utbredning med flera år, men att utvecklingen ser ut att ha stannat av något under de senaste tre åren.

Jämfört med förra året är det fler som uppger att de kommer handla de flesta julklapparna på nätet; 33 procent i år mot 31 procent förra året. Nedbrutet på åldersgrupp är det tydligt att den ökade andelen som svarar att de kommer handla merparten av julklapparna på nätet i år beror på en tydlig ökning bland yngre mellan 18 och 24 år. I denna åldersgrupp har andelen som kommer handla de flesta julklapparna på nätet gått från 29 procent i fjol, till 45 procent i år.

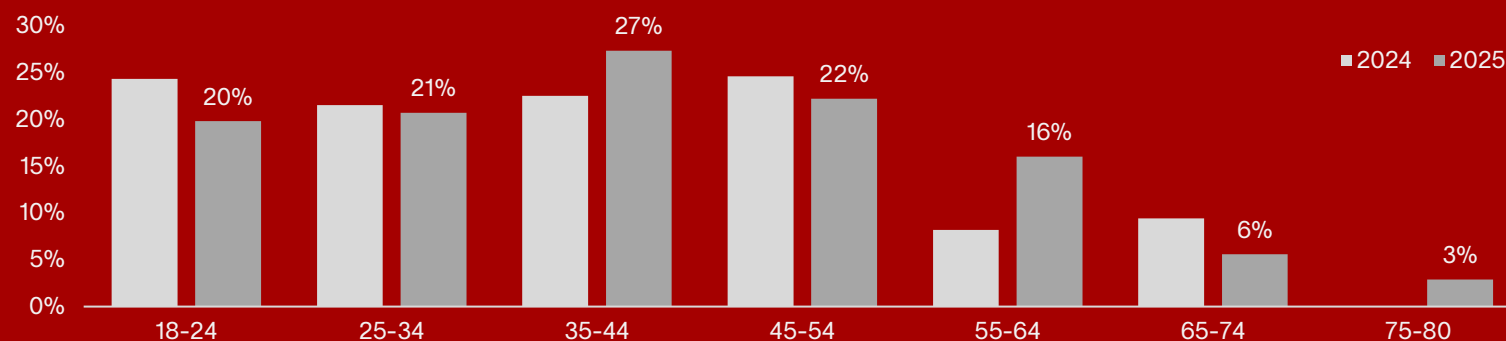
Färre unga handlar julklappar från Temu och Shein



Fråga: Kommer du att handla några julklappar från Temu eller Shein?



Fråga: Kommer du att handla några julklappar från Temu eller Shein? Uppdelar på åldersgrupp.

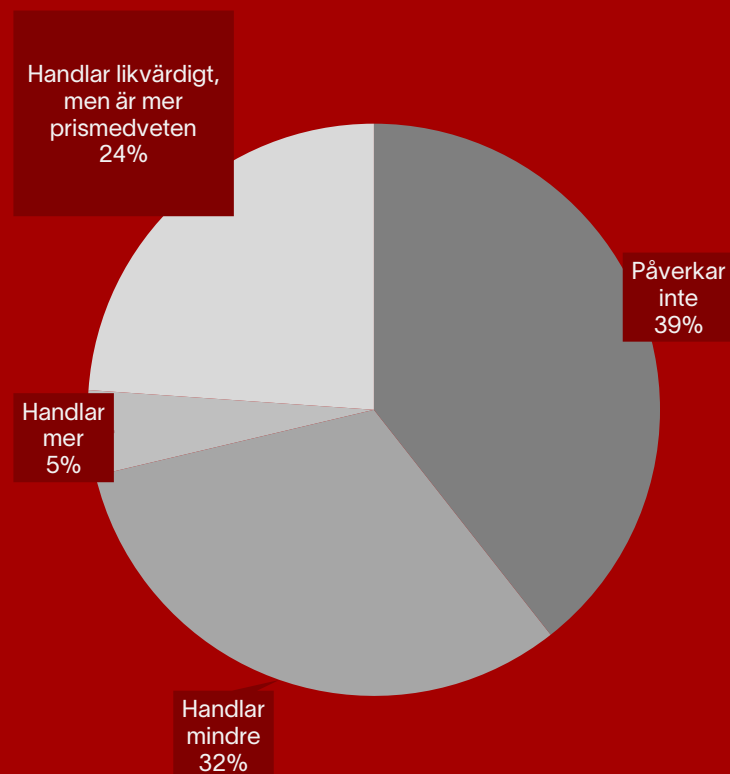


Trots upprepade försök att belysa tvivelaktiga arbetsförhållanden och produkter som inte uppfyller EU-krav, ligger svenskarnas konsumtion från de kinesiska lågprisaktörerna Temu och Shein kvar på höga nivåer. Inför årets julhandel är det lika många som förra året, nära var femte svensk, som svarar att de förmodligen eller helt säkert kommer handla julklappar från dessa aktörer.

Nedbrutet på åldersgrupp går det att se tydliga skiften mellan 2024 och 2025. Bland unga mellan 18 och 24 år har andelen som uppger att de förmodligen eller helt säkert kommer handla från dessa aktörer sjunkit från drygt 24 procent förra året, till knappt 20 procent i år. Även bland 45- till 54-åringar och 65- till 74-åringar går det att se en nedgång jämfört med 2024. Bland 35- till 44-åringar och särskilt bland 55- till 64-åringar ökar andelen tydligt mot i fjol.

Fler konsumenter hänvisar till minskad inkomst på grund av nytt eller förlorat arbete

Fråga: Hur upplever du att din nuvarande ekonomiska situation påverkar ditt sätt att handla julklappar i år jämfört med tidigare år?

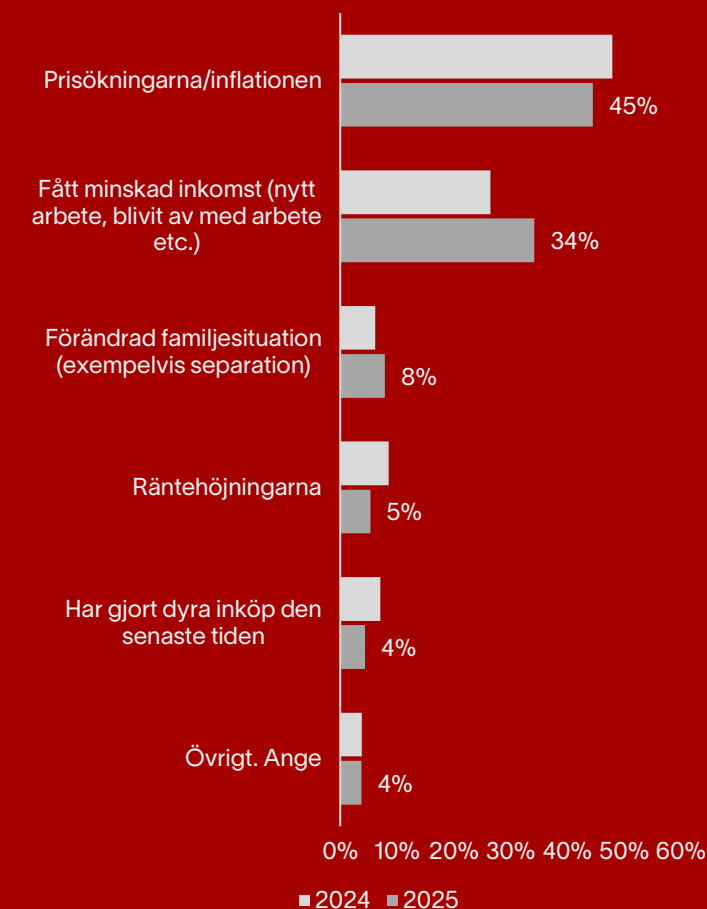


Bas för frågan vad som tynger mest i privatekonomin är de som svarat att de kommer att handla mindre till följd av sin ekonomiska situation

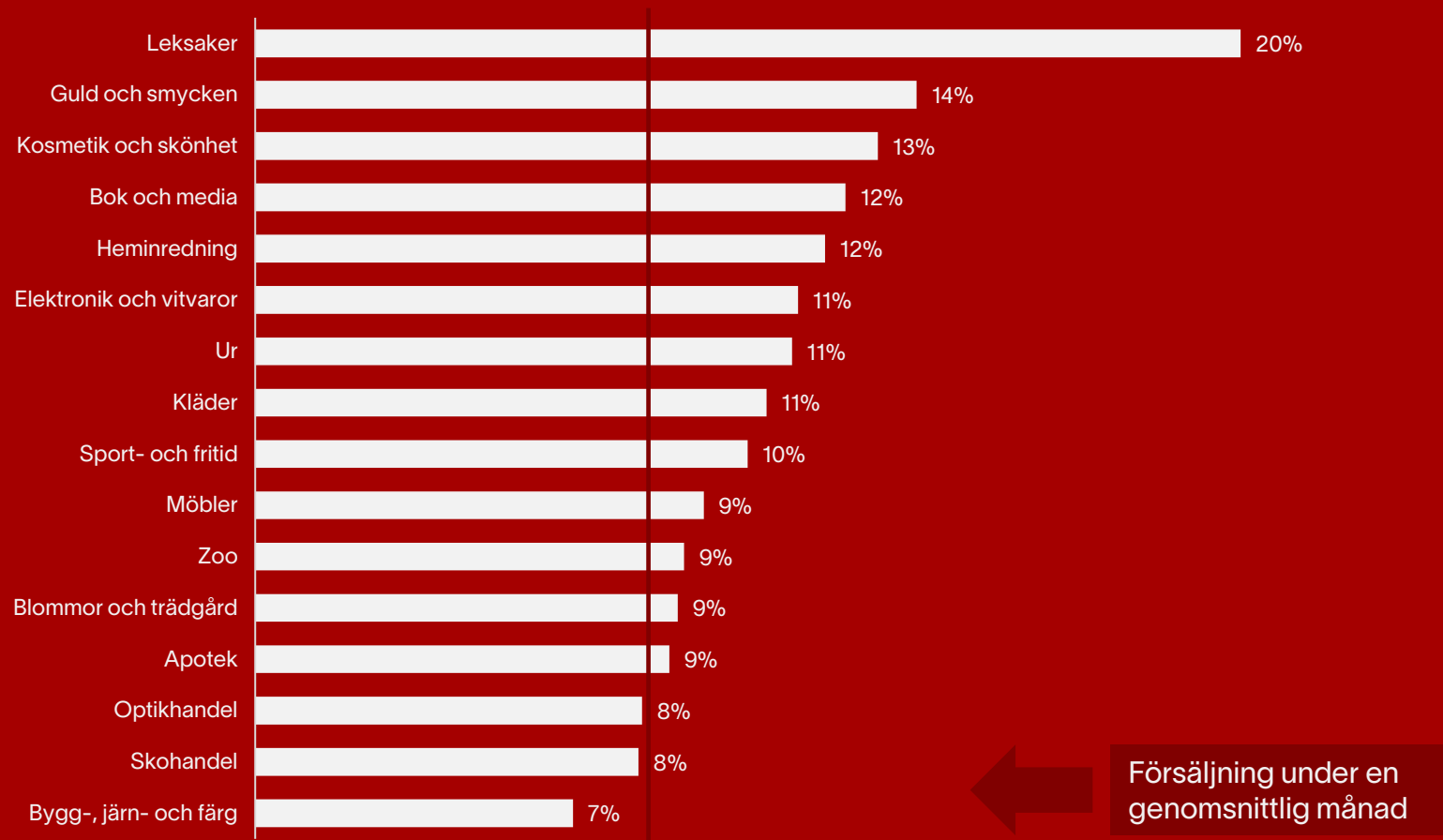
På frågan hur hushållets egna ekonomiska läge påverkar årets julklappsinköp, är det vanligaste svaret även i år att det inte påverkas mer än vanligt. Fyra av tio uppger att ekonomin inte är ett hinder för årets julklappsinköp. Samtidigt är det något färre än förra året, knappt var tredje, som uppger att ekonomin tvingar dem till att handla färre julklappar i år. Likt förra året finns det en tydlig skillnad mellan könen, där en större andel kvinnor, 37 procent, uppger att de kommer handla färre julklappar på grund av ekonomin, medan motsvarande andel för män är 27 procent. Vidare uppger cirka var fjärde att man kommer handla likvärdigt som tidigare, men titta mer på pris. Även här skiljer det sig mellan könen, där kvinnor i högre utsträckning kommer försöka vara mer prismedvetna. De som är minst påverkade av ekonomin är äldre över 65 år, medan konsumenter mellan 35 och 44 år påverkas mest. I denna åldersgrupp uppger hela 45 procent att en sämre ekonomi gör att de kommer handla färre julklappar i år.

Bland de konsumenter som uppger att de kommer handla färre julklappar i år på grund av den egna ekonomin, hänvisar främst till de senaste årens prisökningar, som resulterat i minskad köpkraft. I år stiger också andelen som hänvisar till minskad inkomst på grund av nytt arbete, eller att man blivit av med sitt tidigare jobb.

Fråga: Vad är det som tynger mest i din ekonomiska situation?



Julen fortsatt avgörande för leksakshandeln - en femtedel av försäljningen sker i december



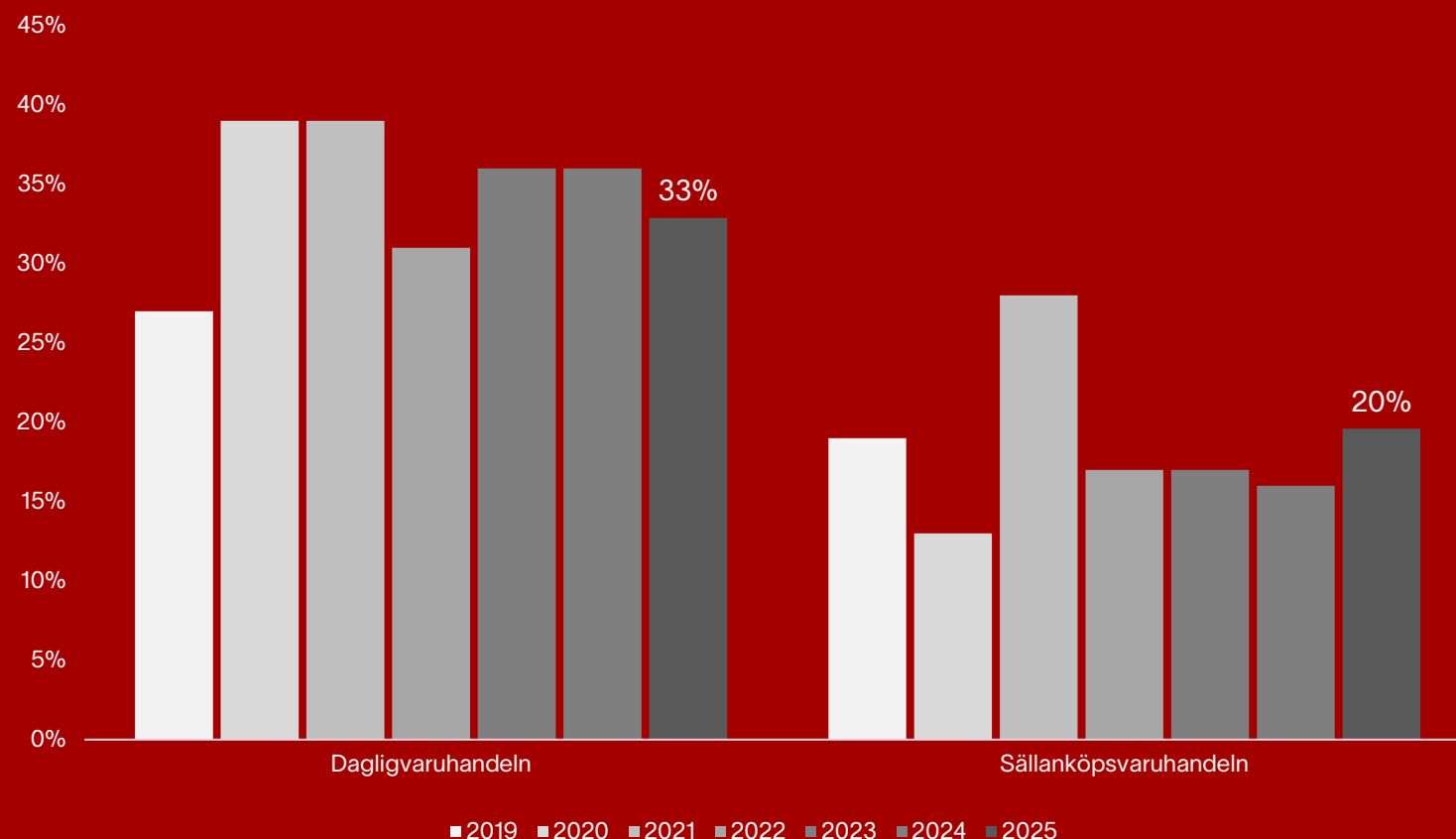
Nära på samtliga delbranscher inom sällanköpsvaruhandeln, med undantag för optik-, sko-, och bygghandeln, fick förra året en extra skjuts i försäljningen under december och sålde mer än under en genomsnittlig månad. Julhandeln är däremot klart viktigast för leksakshandeln, vars december-försäljning stod för en femtedel av helårsförsäljningen förra året. Andra branscher som gynnas lite extra av att det nalkas jul är guld- och smyckeshandeln, kosmetik- och skönhetshandeln samt bokhandeln.

Black Week har successivt förflyttat julhandeln till november, och bland de branscher som ökar mest i försäljning under november hör elektronik-, heminrednings- samt kosmetik- och skönhetshandeln.

Positiva bemanningsplaner inom sällanköpsvaruhandeln



Fråga: Kommer din butik/verksamhet att ta in extrapersonal till årets julhandel?



I år är det en något lägre andel dagligvaruhandlare som planerar att ta in extra bemanning inför årets julhandel – men en desto högre andel bland sällanköpsvaruhandlare. Bland dagligvaruhandlare uppger 33 procent att de kommer ta in extra personal i år, och är en nedgång från fjolårets 36 procent. För sällanköpsvaruhandlare är motsvarande andel 20 procent, vilket är den högsta andelen för branschen sedan 2021. Motsvarande andel då var 28 procent, vilket är den högsta andelen som uppmätts med god marginal.

Livsmedelsförsäljningen upp 25 procent veckan innan jul



Topp 8 produkter som ökade mest i kronor under julveckan 2024 jämfört med en genomsnittlig vecka:

- Helgskinka
- Chokladkonfektyr
- Fisk & skaldjur
- Konserverad fisk & skaldjur
- Gräddprodukter
- Hårdost
- Läsk
- Matfett

Under vecka 51 förra året ökade dagligvaruhandelns försäljning inför julen med **25 procent** jämfört med en genomsnittlig vecka under året.

Som jämförelse ökade försäljningen med **33 procent** under samma vecka 2023*.

*2023 omfattade vecka 51 perioden 18-24 december, medan den 2024 omfattade 16-22 december – dvs veckan innan julveckan

Källa: NielsenIQ ScanTrack, DVH Scanning, Mat&Dryck kategorier (Bara EAN-kod produkter), Försäljning i värde, vecka 51 2024 vs genomsnittlig vecka 2024 (Exklusive v51) (Copyright © NielsenIQ 2025.)

Rapporten är baserad på konsumentundersökningar i november och december 2025, extrafrågor i samband med Svensk Handels Handelsbarometer från november 2025, samt NielsenIQs ScanTrack.

- **Konsumentundersökningarna** genomfördes som en webbenkät av ett externt undersökningsföretag på uppdrag av Svensk Handel. 2000 personer i Sverige mellan 18 och 80 år deltog. Enkäten stratifieras med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes november och december 2025.
- **Handelsbarometern** tas fram i samarbete med HUI Research och baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 450 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare och partihandlare. Undersökningarna som refereras till i denna rapport genomfördes i november 2025.
- **NielsenIQ** är ett globalt marknadsundersöknings- och analysföretag som samlar in försäljningsdata från detaljhandeln (NielsenIQ ScanTrack) vilket bland annat möjliggör analyser av köpbeteenden, marknadstrender och marknadsandelar. NielsenIQ ScanTrack data ligger till grund för försäljningsstatistiken i rapporten.

Kontaktuppgifter

För mer information

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

svenskhandel.se

SH Svensk
Handel