

November 2025

STILINDEX

Lyft för modehandeln i november

Efter en svagare utveckling i oktober fick modehandeln ny fart under november. Försäljningen av kläder ökade med 7,5 procent och skoförsäljningen steg med 1 procent jämfört med samma månad föregående år.

– November markerar starten på julhandeln och många konsumenter inledde sina julklappsinköp i samband med att Black Month inleddes. Handelshögtider likt dessa spelar en viktig roll för handelsföretagen och vår förhoppning är att slutspurten på året ska ge handeln ett välbehövligt lyft. En stark julhandel kan vara avgörande för vissa av våra medlemmar, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel, och fortsätter:

– Trots ett generellt uppsving i modehandeln och att vintern närmar sig rapporterar många av våra medlemsföretag en dämpad försäljning av ytterplagg, vilket sannolikt är en följd av det milda vädret.

Modehandeln fortsätter att utvecklas olika starkt i butik respektive online. E-handeln stod för betydligt större tillväxt än fysiska butiker.

– Vi vet med oss att konsumenterna historiskt föredrar att göra sina inköp online under Black Month. Siffrorna vi nu presenterar är en tydlig indikator på att så var fallet även i år. Med det sagt är vi hoppfulla kring att även fysiska butiker kommer att öka på sikt, i takt med att konsumenternas köpkraft stärks, säger Sofia Larsen.



En stark julhandel kan vara avgörande för vissa av våra medlemmar.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

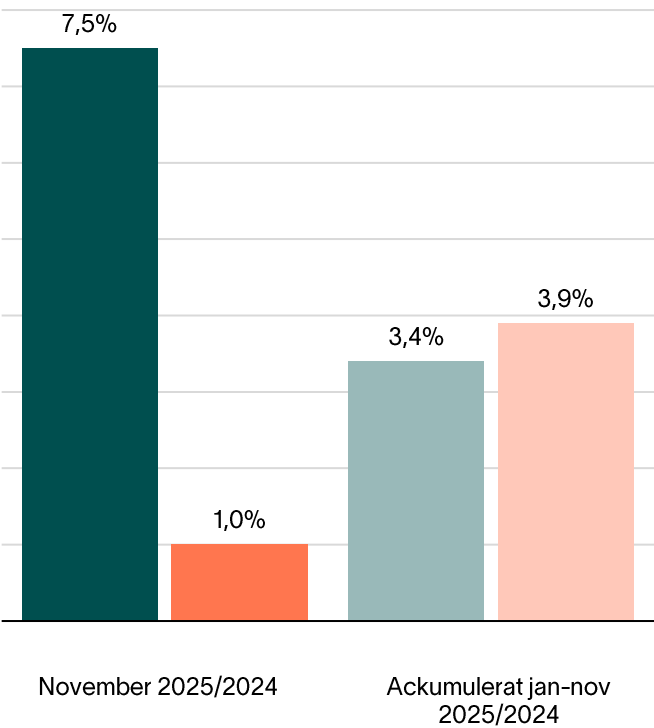


Månadens utveckling

November 2025-2024

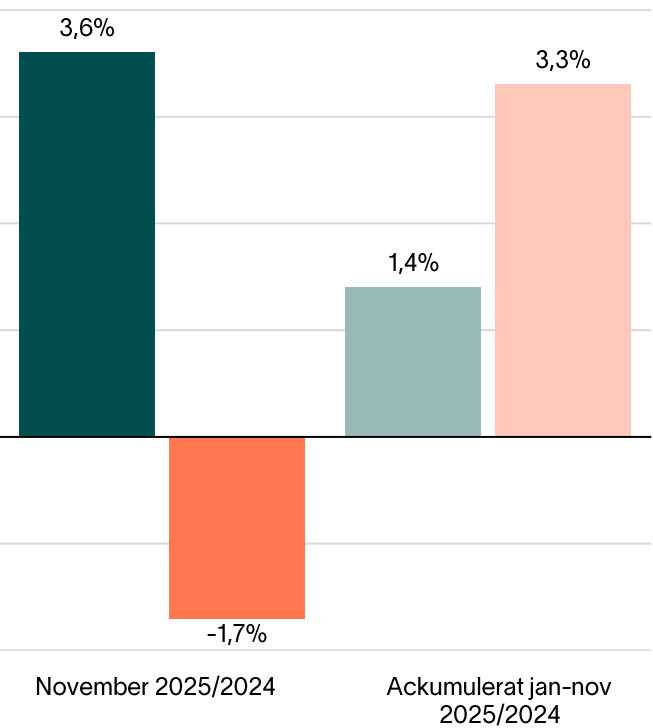
Total

Kläder Skor



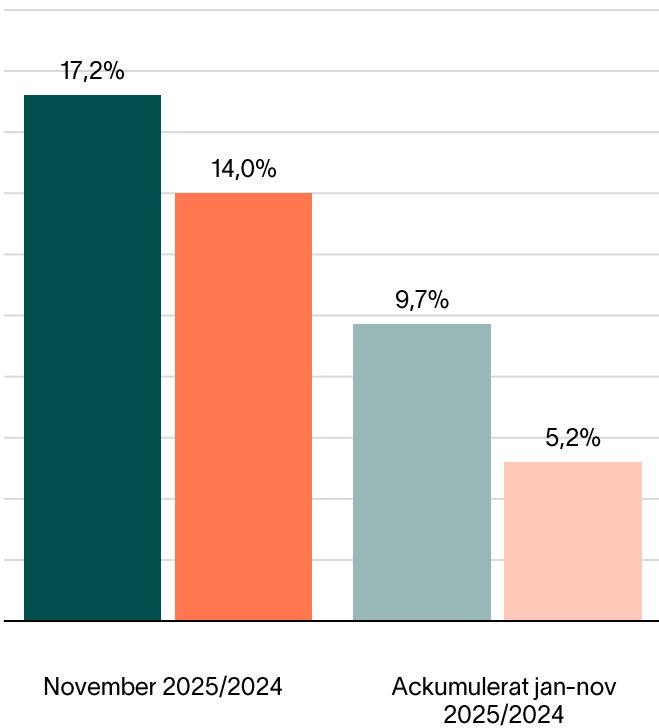
Fysisk handel

Kläder Skor



E-handel

Kläder Skor



Månadens utveckling

Dam



	November 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	6,9%	6,4%
Skor	0,9%	4,3%

Herr



	November 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	7,9%	2,1%
Skor	0,8%	3,3%

Barn



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

Månadens utveckling

Låg



	November 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	7,4%	3,9%

Mellan



	November 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	6,4%	3,4%

Premium



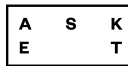
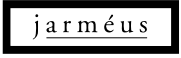
	November 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	0,5%	1,3%

Månadens utveckling

November

		November 2025/2024	November 2025/2023	Ackumulerat jan-nov 2025/2024	Ackumulerat jan-nov 2025/2023
Totalt	Kläder	7,5%	9,3%	3,4%	5,2%
	Skor	1,0%	-3,0%	3,9%	4,9%
Fysisk handel	Kläder	3,6%	6,6%	1,4%	1,8%
	Skor	-1,7%	-3,1%	3,3%	3,0%
E-handel	Kläder	17,2%	15,8%	9,7%	17,1%
	Skor	14,0%	-2,5%	5,2%	12,3%
Dam	Kläder	6,9%	12,4%	6,4%	12,9%
	Skor	0,9%	-5,8%	4,3%	6,1%
Herr	Kläder	7,9%	7,1%	2,1%	2,1%
	Skor	0,8%	-2,9%	3,3%	8,4%
Barn	Kläder och skor	2,8%	5,5%	-0,2%	-2,0%
Låg	Kläder och skor	7,4%	x	3,9%	x
Mellan	Kläder och skor	6,4%	x	3,4%	x
Premium	Kläder och skor	0,5%	x	1,3%	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® FOUNDED IN 1997 PARIS	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