

December 2025

STILINDEX

Dämpad modehandel i december

Efter ett relativt stabilt år fick den svenska modehandeln ett svagt avslut på 2025. I december minskade försäljningen av kläder med 2,2 procent och skor med 15,2 procent jämfört med samma månad året innan.

– December är en av årets absolut viktigaste månader för modehandeln. I år uteblev tyvärr det lyft som många hade hoppats på, och utvecklingen blev betydligt svagare än vad branschen hade hoppats på. För många företag är läget fortsatt mycket ansträngt, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel och fortsätter:

–December 2025 blev dessutom mildare än normalt i praktiskt taget hela Sverige, vilket påverkade efterfrågan på säsongsvapor, inte minst inom skohandeln. Vår förhoppning är att det väderomslag vi såg efter nyår ska gynna modehandeln i januari.

En allt större del av modehandelns försäljning sker numera under Black Week. I december 2025 avslutades kampanjperioden redan i november och endast Cyber Monday inföll i december, till skillnad från 2024 då ytterligare en dag av Black Week låg i december.



December är en av årets absolut viktigaste månader för modehandeln. I år uteblev tyvärr det lyft som många hade hoppats på, och utvecklingen blev betydligt svagare än vad branschen hade hoppats på.

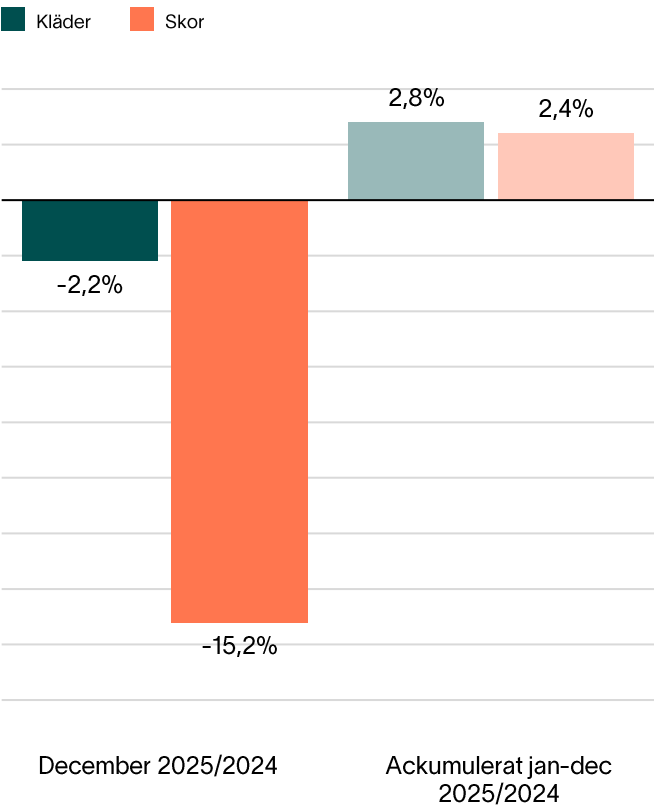
Sofia Larsen,
VD Svensk Handel



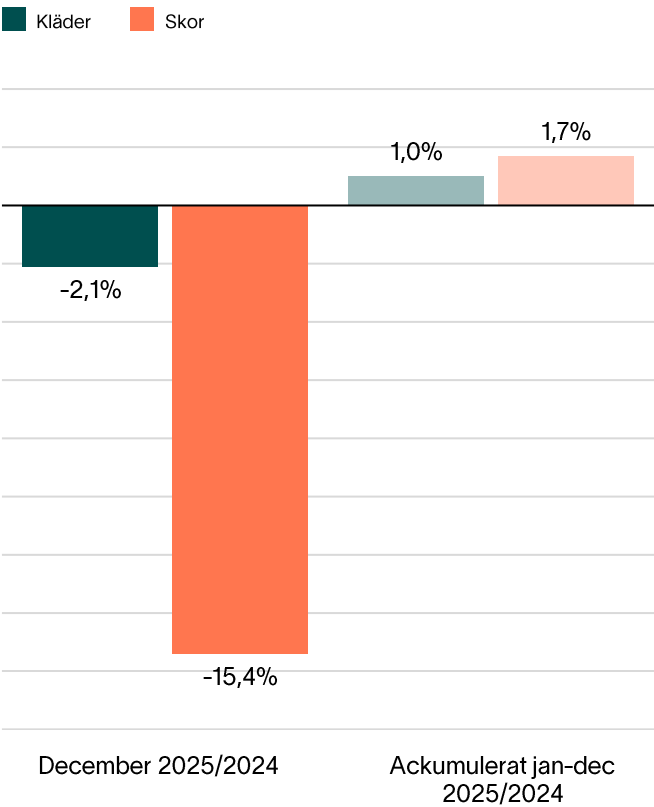
Månadens utveckling

December 2025-2024

Total



Fysisk handel



E-handel



Månadens utveckling

Dam



	December 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	-1,4%	5,7%
Skor	-15,5%	2,8%

Herr



	December 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder	-2,8%	1,4%
Skor	-13,9%	1,7%

Barn



	December 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-7,5%	-1,1%

Månadens utveckling

Låg



	December 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-3,9%	3,1%

Mellan



	December 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	-3,7%	2,6%

Premium



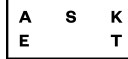
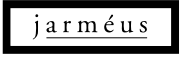
	December 2025/2024	Ack. 2025/2024
Kläder & skor	0,3%	1,2%

Månadens utveckling

December

		December 2025/2024	December 2025/2023	Ackumulerat jan-dec 2025/2024	Ackumulerat jan-dec 2025/2023
Totalt	Kläder	-2,2%	4,8%	2,8%	5,2%
	Skor	-15,2%	-21,5%	2,4%	2,4%
Fysisk handel	Kläder	-2,1%	0,5%	1,0%	1,7%
	Skor	-15,4%	-22,7%	1,7%	0,5%
E-handel	Kläder	-2,6%	27,4%	8,6%	17,9%
	Skor	-14,0%	-13,1%	4,0%	10,6%
Dam	Kläder	-1,4%	10,6%	5,7%	12,7%
	Skor	-15,5%	-21,1%	2,8%	3,6%
Herr	Kläder	-2,8%	2,9%	1,4%	2,2%
	Skor	-13,9%	-24,3%	1,7%	4,7%
Barn	Kläder och skor	-7,5%	-5,9%	-1,1%	-2,5%
Låg	Kläder och skor	-3,9%	x	3,1%	x
Mellan	Kläder och skor	-3,7%	x	2,6%	x
Premium	Kläder och skor	0,3%	x	1,2%	x

Medverkande bolag 2025

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	Thun's	Cassels	FREEFOOT® FOOTWEAR SINCE 1987	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