

Årsrapport 2025

PRE LOVED



SH Svensk
Handel

Negativ utveckling för helåret

Second hand-försäljningen 2025: Tapp på knappt 5 procent

År 2025 präglades av en blandad, men sammantaget övervägande negativ, utveckling för second hand-segmentets olika kategorier. Den totala försäljningen minskade med knappt 5 procent jämfört med föregående år, samtidigt som andelen konsumenter som i genomsnitt handlade second hand per månad sjönk med omkring 1 procentenhet. En sannolik förklaring är att hushållens ekonomiska situation förbättrades under året, vilket kan ha lett till att fler konsumenter i högre utsträckning valde nya produkter framför begagnade. På längre sikt bedöms dock second hand-marknaden fortsatt ha goda tillväxtförutsättningar, även om utvecklingen sannolikt kommer att variera mellan olika produktkategorier.

Försäljningen av second hand via nätet minskade med knappt 1 procent under 2025 jämfört med 2024, vilket var avsevärt bättre än utvecklingen i fysiska butiker där försäljningen backade med omkring 13 procent. Som en följd ökade nätets andel av den totala second hand-försäljningen, från 67 procent 2024 till 69 procent 2025.

Den kategori som framstår som mest lovande framåt är second hand-mode, som också uppvisade den starkaste tillväxten under 2025. Försäljningen av kläder, skor och väskor ökade med över 12 procent, trots en svagare utveckling under vårmånaderna. I allt högre grad betraktar konsumenter sina garderober som kapital, där värdet realiserats först vid vidareförsäljning, samtidigt som second hand möjliggör en snabbare och mer cirkulär rotation av garderobens innehåll. Sammantaget talar dessa faktorer för en fortsatt stark tillväxt inom second hand-mode.



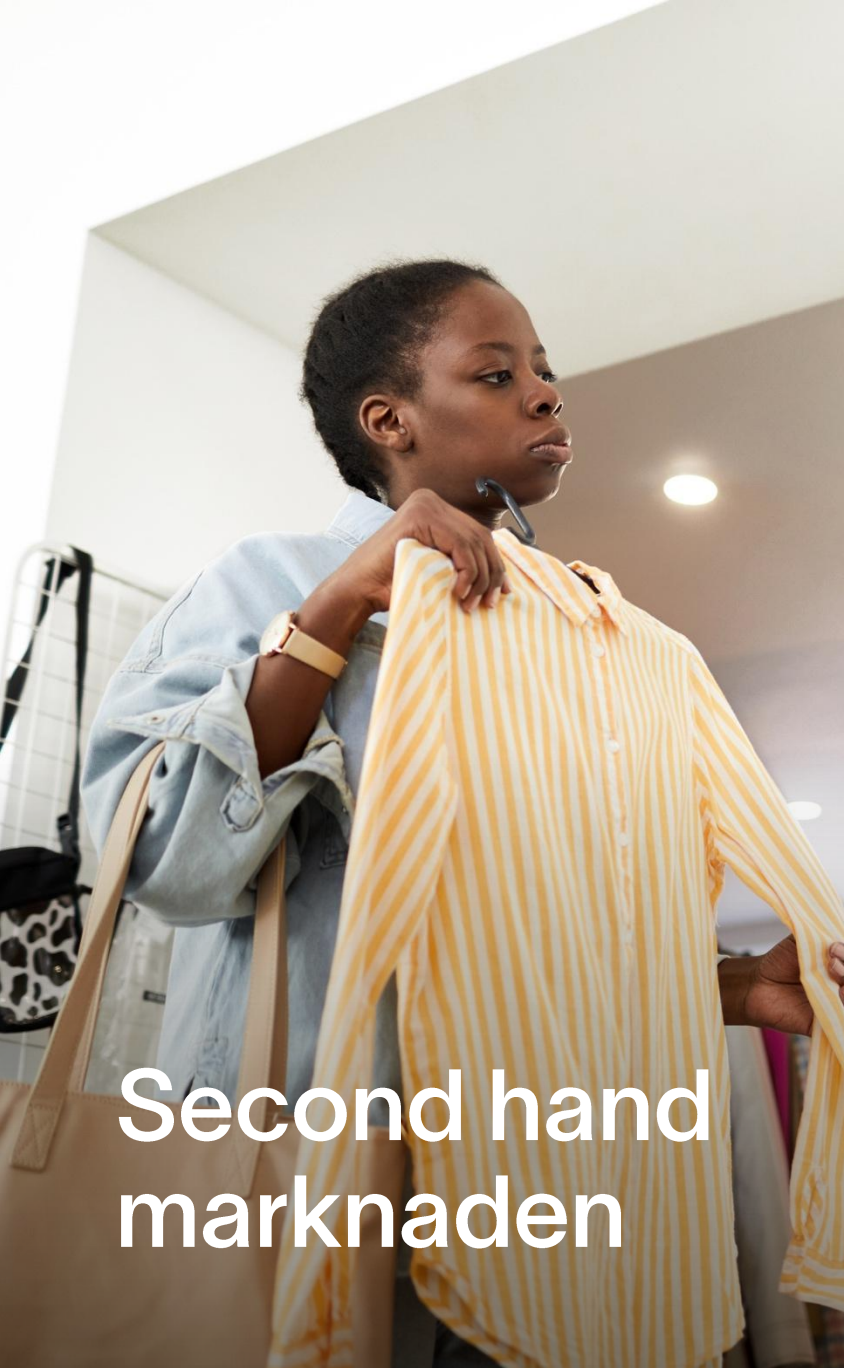
I allt högre grad betraktar konsumenter sina garderober som kapital, där värdet realiserats först vid vidareförsäljning



Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Om rapporten

Pre Loved-indikatorn är Svensk Handels månatliga analys av den svenska second hand-marknaden. Rapporten belyser omsättningssiffror, konsumtionsmönster och de mest populära kategorierna inom begagnathandeln. Målet är att ge en tydlig och aktuell bild av marknadens utveckling.



1,4 miljarder

Total omsättning i december 2025 i svenska kronor

622 miljoner

Omsättning inom
mode i december
i svenska kronor

3 av 10

Så många konsumenter
uppgår att de handlat
begagnat i december

5 av 10

Så många begagnat-
konsumenter har handlat
mode second hand i
december

Second hand marknaden

Begagnatmarknaden 2025

16,0 miljarder

Total omsättning 2025 i svenska kronor

Mode var den största produktkategorin

5,3 miljarder

Total omsättning inom mode 2025 i svenska kronor



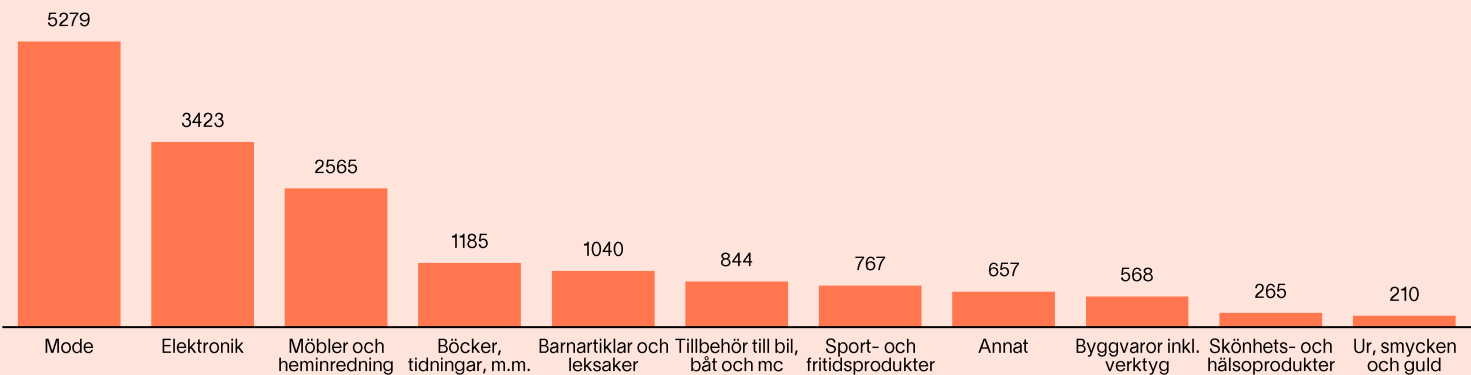
År 2025 präglades av en blandad, men sammantaget övervägande negativ, utveckling för second hand-segmentets olika kategorier

Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

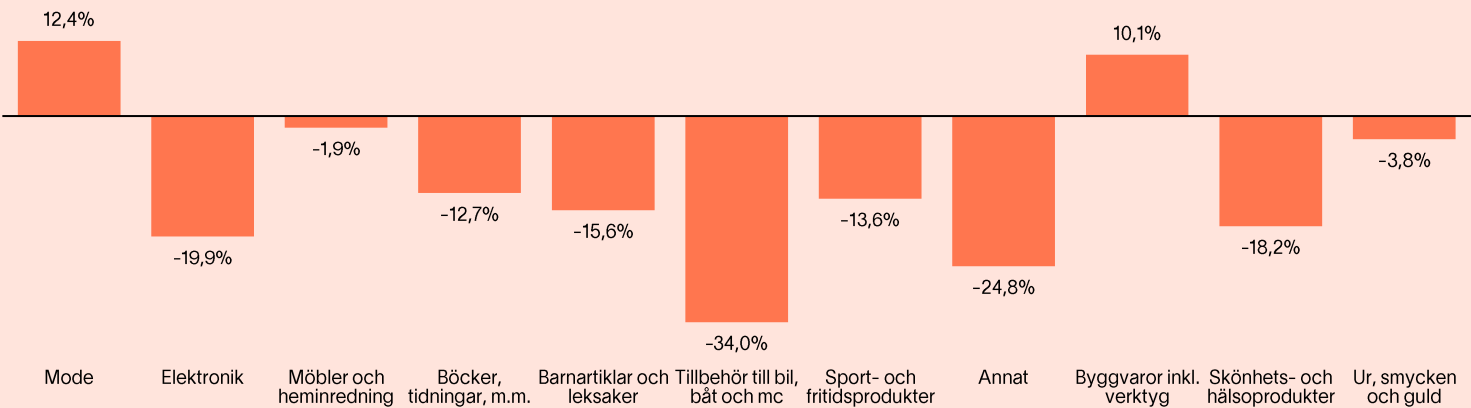
Begagnatmarknaden 2025

Uppdelat på produktkategori

Total omsättning 2025 i miljoner svenska kronor



Försäljningsutveckling i årstakt 2025, procent



Den kategori som framstår som mest lovande framåt är second hand-mode, som också uppvisade den starkaste tillväxten under 2025.

Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

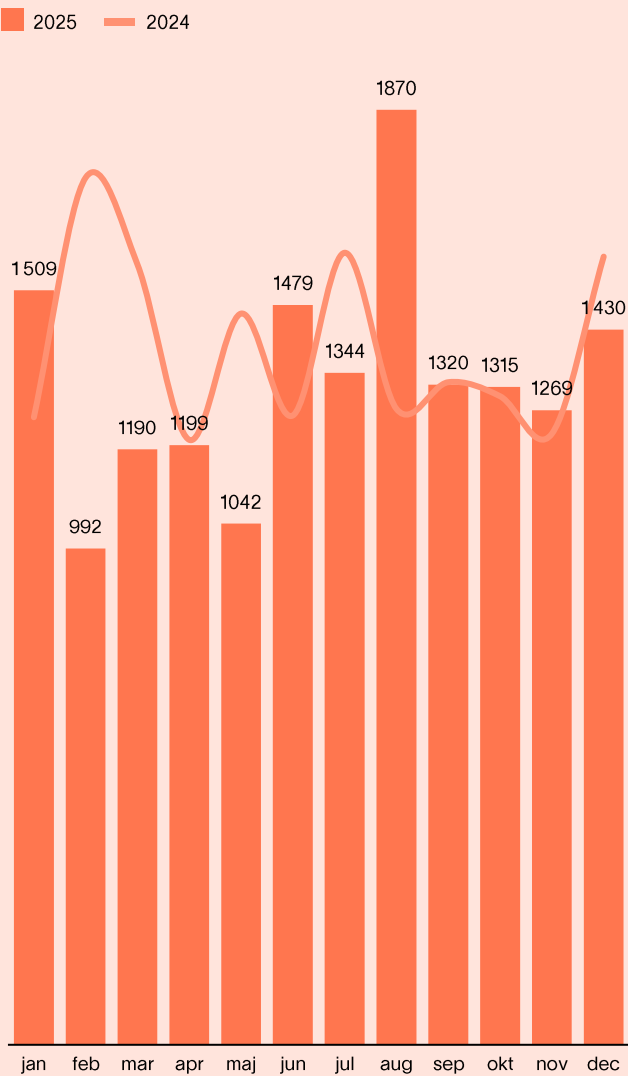
Försäljningen något lägre än förra året

Second hand-försäljningen uppgick 2025 till 16 miljarder kronor, och innebär att den sjönk med knappt 5 procent mot året innan, vars försäljning uppgick till 16,8 miljarder kronor. Framför allt var det den svaga utvecklingen under vinter- och vårmånaderna, februari till maj, som bidrog till den negativa tillväxten. Jämfört med motsvarande period förra året, var försäljningen hela 26 procent lägre under dessa månader.

Från juni och framåt förbättrades utvecklingen, och augusti sticker ut som en extra stark second hand-månad under 2025. Denna månad bidrog till att försäljningen under sommaren, hösten och vintern sammantaget steg med drygt 5 procent, jämfört med motsvarande månad 2024.

Andelen av konsumenterna som i snitt handlade second hand per månad sjönk med drygt en procentenhet, från 26,9 procent 2024, till 25,8 procent 2025. Här är det däremot viktigt att adressera den höga andel som noterade under februari och mars 2024, som bidrog till att höja snittet för hela året. Rensas andelarna för dessa två månader bort, var andelen 2025 faktiskt en halv procentenhet högre. Med andra ord går det inte att observera någon nedgång i intresset för second hand under 2025.

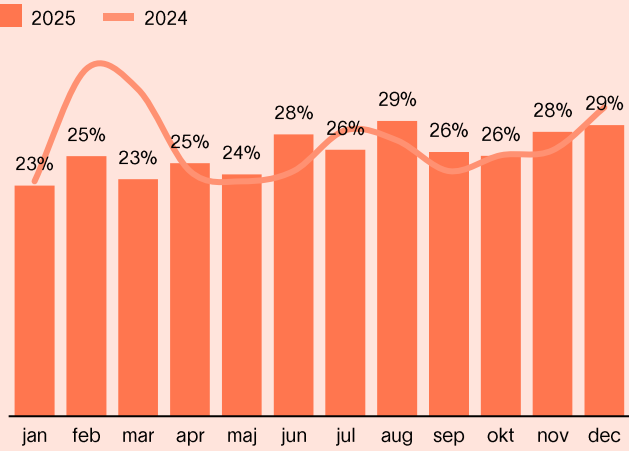
Omsättning per månad 2024-2025 (mkr)



Från juni och framåt förbättrades utvecklingen, och augusti sticker ut som en extra stark second hand-månad under 2025.

Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Andel som har handlat per månad 2024-2025



Störst försäljning i tredje kvartalet

På kvartalsnivå var det tredje kvartalet det försäljningsmässigt starkaste under 2025, med en omsättning på drygt 4,5 miljarder kronor. Det näst starkaste kvartalet under föregående år var det fjärde kvartalet, då försäljningen uppgick till strax över 4 miljarder kronor. I tydlig kontrast till 2024 var försäljningen som lägst under det första kvartalet 2025, då den uppgick till knappt 3,7 miljarder kronor. Detta understryker skillnaden i utveckling mellan årets första och andra hälft, där den förstnämnda präglades av en svagare försäljning medan utvecklingen under den senare delen av året var betydligt starkare.

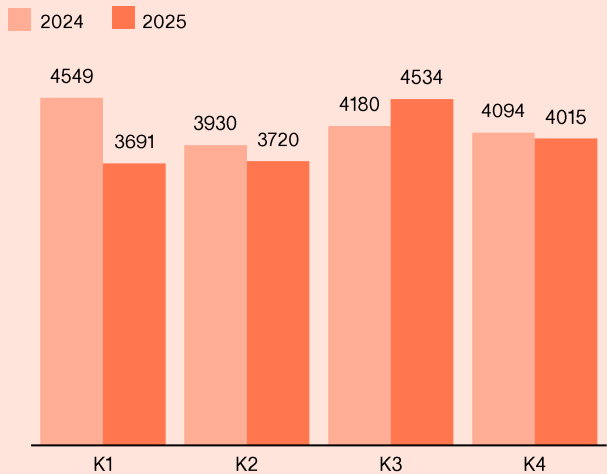
När det gäller den genomsnittliga andelen konsumenter som handlade second hand per månad följde utvecklingen i stort samma säsongsmönster som under 2024, med undantag för det första kvartalet. Under första kvartalet 2024 handlade i genomsnitt nära var tredje konsument något second hand per månad, medan motsvarande andel under första kvartalet 2025 var knappt var fjärde. Under de efterföljande kvartalen 2025 var andelen konsumenter däremot lika hög eller högre än den nivå som noterades under 2024.



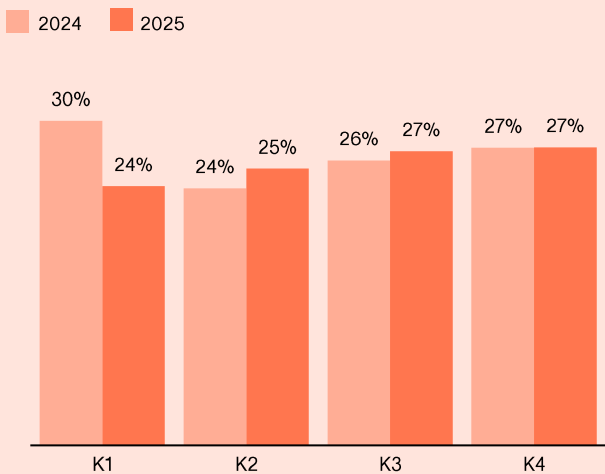
När det gäller den genomsnittliga andelen konsumenter som handlade second hand per månad följde utvecklingen i stort samma säsongsmönster som under 2024, med undantag för det första kvartalet.

Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Omsättning, kvartal (mkr)



Andel som handlat, kvartal

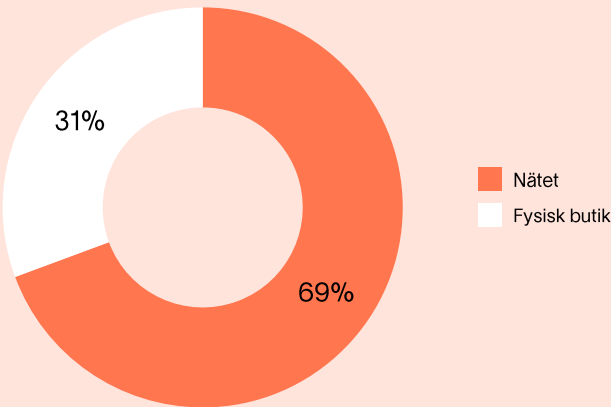


Nätförsäljningen dämpade nedgången

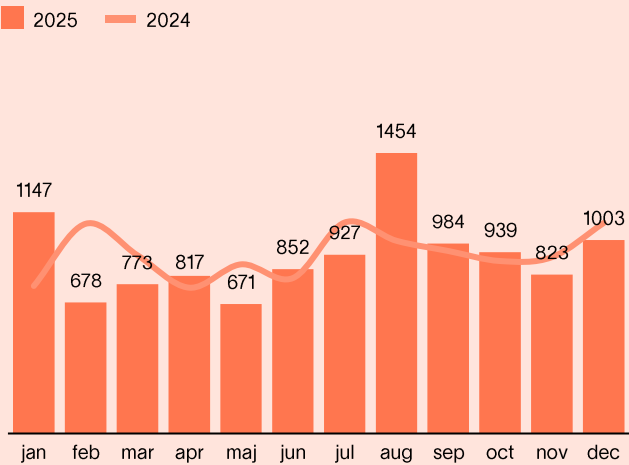
Second hand-försäljningen via nätet utvecklades betydligt starkare – eller snarare betydligt mindre svagt – än försäljningen i fysiska butiker. För helåret 2025 var nätförsäljningen knappt 1 procent lägre än 2024 och uppgick till strax över 11 miljarder kronor. Samtidigt minskade försäljningen i fysiska butiker med nära 13 procent i årstakt och landade på knappt 5 miljarder kronor.

Som en följd av detta ökade nätets andel av den totala second hand-försäljningen i Sverige, från 67 procent 2024 till 69 procent 2025.

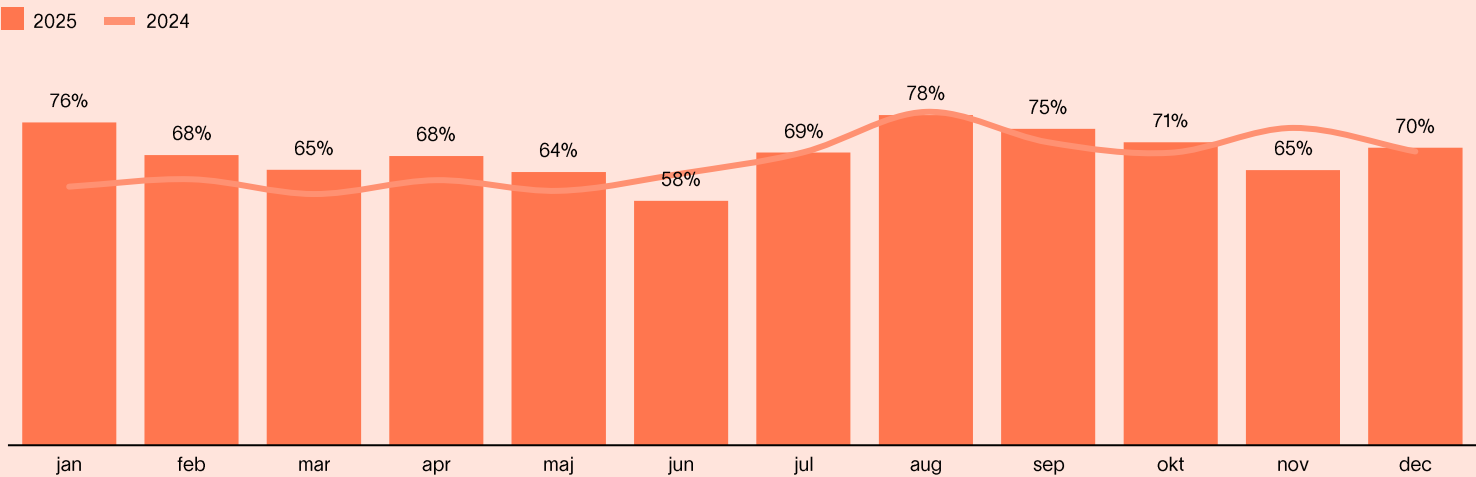
Omsättningsandel per kanal senaste månaden (procent)



Omsättning per månad (mkr)



E-handels försäljningsandel



Engagemanget för second hand sjönk mest bland äldre

På åldersgruppsnivå kan endast marginella förändringar i konsumenternas engagemang observeras mellan 2024 och 2025, särskilt bland grupperna 18–29 år och 30–49 år. Bland konsumenter i åldern 30–49 år ökade engagemanget något under 2025, mätt som andelen som i genomsnitt handlade second hand under en månad, medan engagemanget minskade i samtliga övriga åldersgrupper.

Den största nedgången jämfört med 2024 återfinns bland äldre konsumenter. I åldersgruppen 65–79 år minskade engagemanget från 18 till 15 procent, medan motsvarande andel bland 80–89-åringar sjönk från 11 till 8 procent.

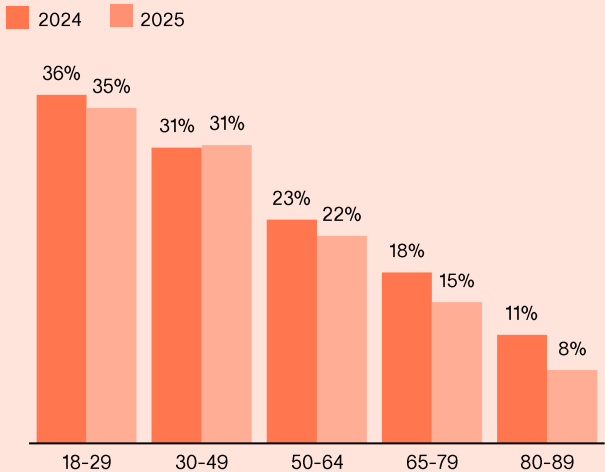
Uppdelat efter kön och ålder framträder ett tydligt mönster även under 2025, i linje med 2024 års utveckling. Kvinnor uppvisar genomgående ett högre engagemang än män, med särskilt höga nivåer bland yngre kvinnor.



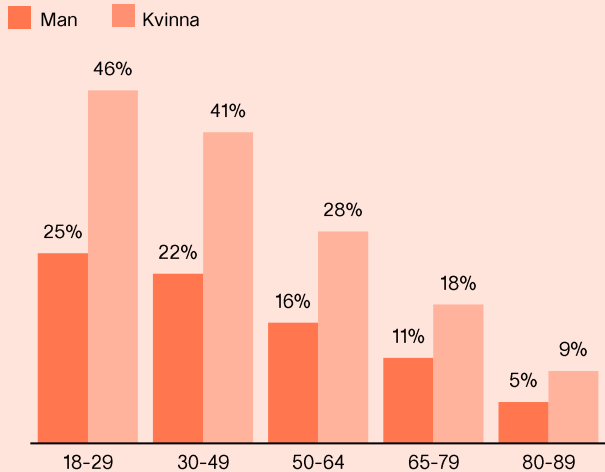
Uppdelat på kön och ålder, är det tydligt att mönstret som gick att observera 2024, med markant större engagemang bland kvinnor – och i synnerhet yngre kvinnor – gick igen 2025.

Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Andel som handlat, uppdelat på åldersgrupp



Andel som handlat, uppdelat på kön och ålder



Starkt år för mode

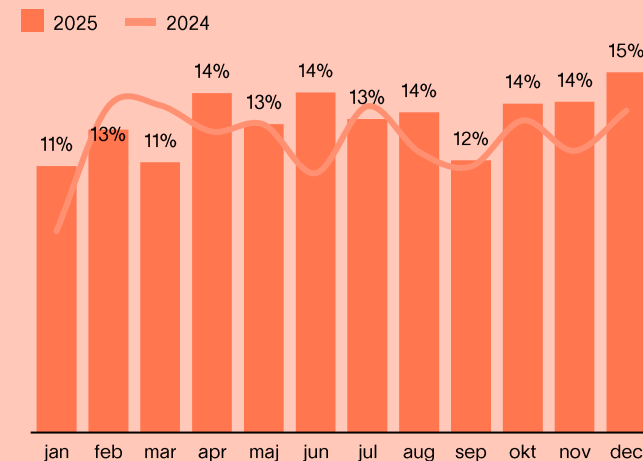
Second hand-mode utvecklades starkt under 2025, med en försäljningstillväxt på drygt 12 procent jämfört med 2024. Totalt omsattes kläder, skor och väskor second hand för cirka 5,3 miljarder kronor under året. En särskilt stark månad var december, då försäljningen uppgick till rekordhöga 622 miljoner kronor. Det är med god marginal den högsta månadsförsäljningen sedan mätningarna inleddes i oktober 2023 och motsvarar en tillväxt på 50 procent i årstakt.

Under perioden januari till maj stod försäljningen antingen still eller minskade jämfört med motsvarande månader föregående år. Från och med juni vände utvecklingen tydligt uppåt, och försäljningen tog fart igen. Samtliga månader mellan juni och december uppvisade tvåsiffrig tillväxt.

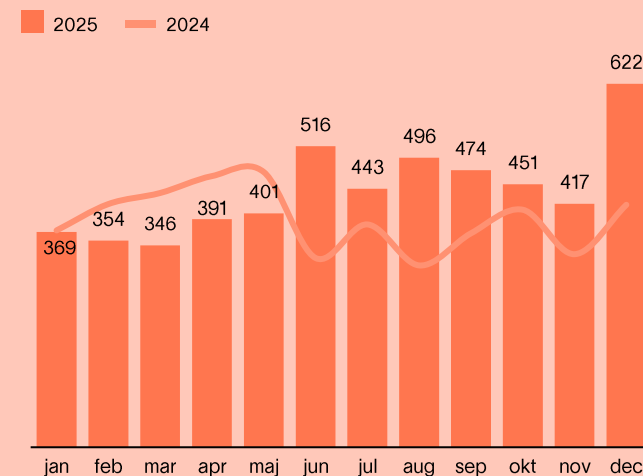
Aven andelen konsumenter som handlade second hand-mode ökade under 2025 och uppgick i genomsnitt till 13,2 procent per månad, jämfört med 12,4 procent 2024.

Sammantaget indikerar utvecklingen att kategorin befinner sig i en tydligt positiv försäljningstrend, vilket skapar goda förutsättningar inför 2026.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)



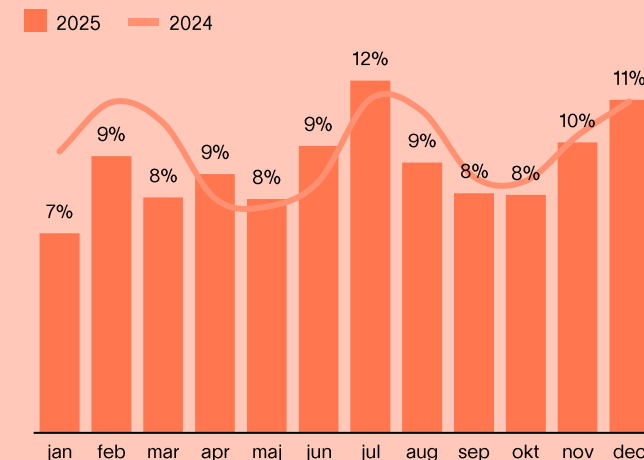
Lägre försäljning 2025, men positiva utsikter för 2026

Försäljningen av möbler och heminredning minskade med knappt 2 procent under 2025 jämfört med 2024 och uppgick till nära 2,6 miljarder kronor. Sommarmånaderna juni och juli uppvisade en relativt stark försäljning, medan merparten av årets övriga månader utvecklades svagare än motsvarande period föregående år. Sammantaget är det därför svårt att urskilja någon tydlig uppåt- eller nedåtgående trend, och kategorin framstår snarare som stabiliserad kring nuvarande försäljningsnivå.

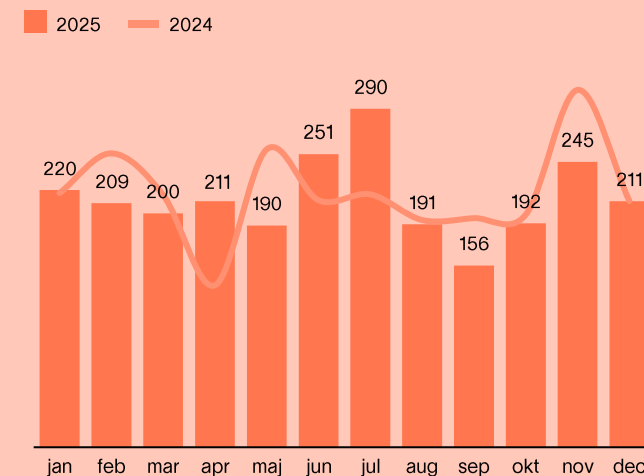
Aven engagemanget i produktkategorin minskade något jämfört med föregående år. Mätt som andelen konsumenter som i genomsnitt handlade per månad var andelen 0,6 procentenheter lägre under 2025.

Inför 2026 finns det dock skäl till försiktig optimism. En nyetablering i form av ytterligare en större aktör som lanserat en egen marknadsplats för second hand på den svenska marknaden kan komma att bidra positivt till kategorins fortsatta utveckling.

Andel som handlat



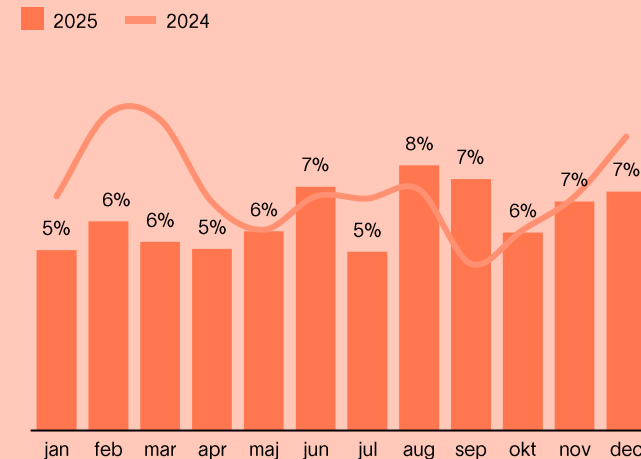
Omsättning (mkr)



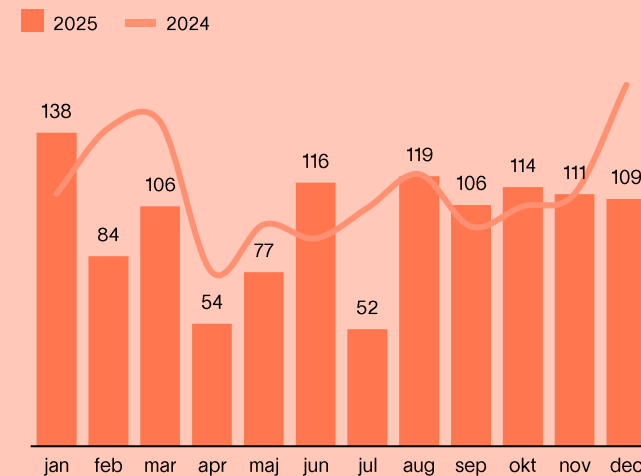
Tydligt fall i försäljningen

Försäljningen av second hand-böcker och tidningar sjönk markant under 2025, mot året innan. Totalt omsatte kategorin nära 13 procent mindre 2025, jämfört med 2024, och andelen av konsumenterna som handlade i kategorin i snitt per månad, backade med 0,8 procentenheter till 6,3 procent.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)

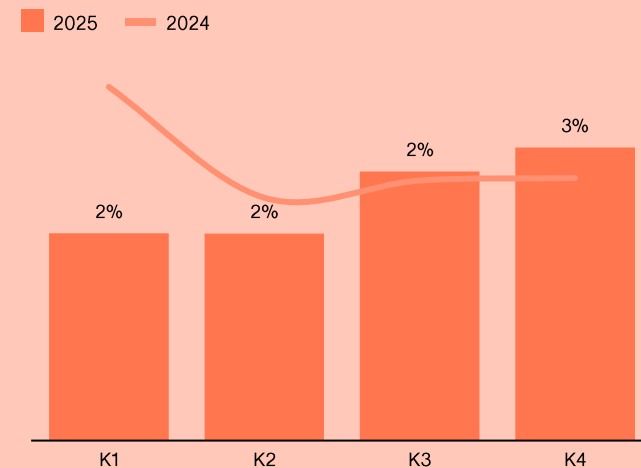


Svag utveckling – men intresset består

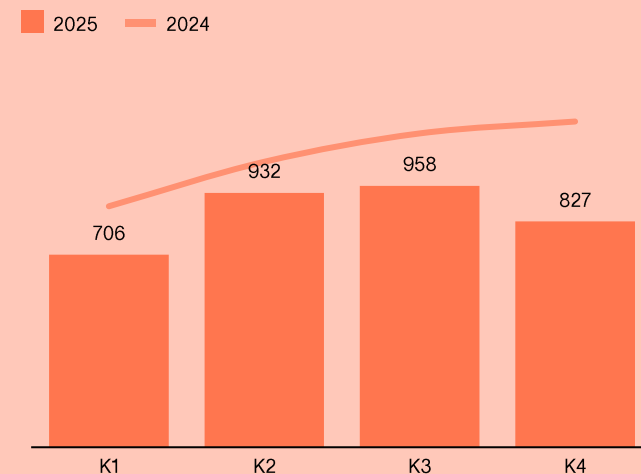
Försäljningen av second hand-elektronik utvecklades svagt under 2025 och minskade med cirka 20 procent jämfört med året innan. Den största nedgången noterades under det fjärde kvartalet, då försäljningen föll med över 30 procent jämfört med motsvarande period 2024. Även andelen konsumenter som i genomsnitt handlade i kategorin under en månad minskade, med drygt 0,3 procentenheter, och uppgick till omkring 2,2 procent.

En möjlig förklaring är att 2024 var ett ovanligt starkt år för second hand, vilket har resulterat i utmanande jämförelsetal vid analysen av 2025 års utveckling. Samtidigt gick hushållen in i 2025 med förbättrade ekonomiska marginaler och en mer optimistisk syn på den egna ekonomin. Detta kan ha bidragit till att fler konsumenter i högre utsträckning valde nya produkter framför begagnade. Effekten tycks ha varit särskilt tydlig inom vissa produktkategorier, där elektronik framstår som en av de mest påverkade.

Andel som handlat, kvartal



Omsättning, kvartal (mkr)



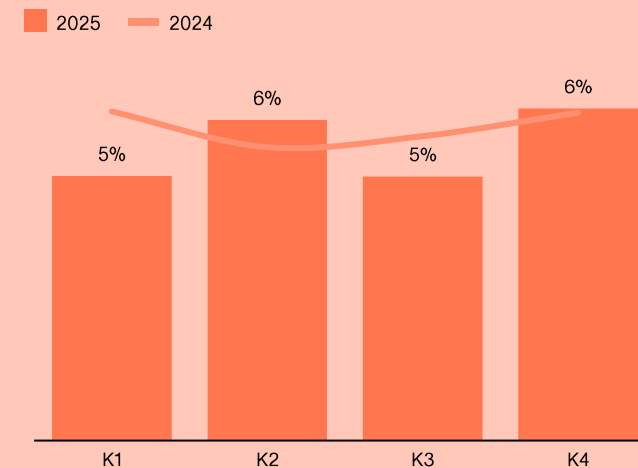
Lägre försäljning i kölvattnet av lägre födelsetal



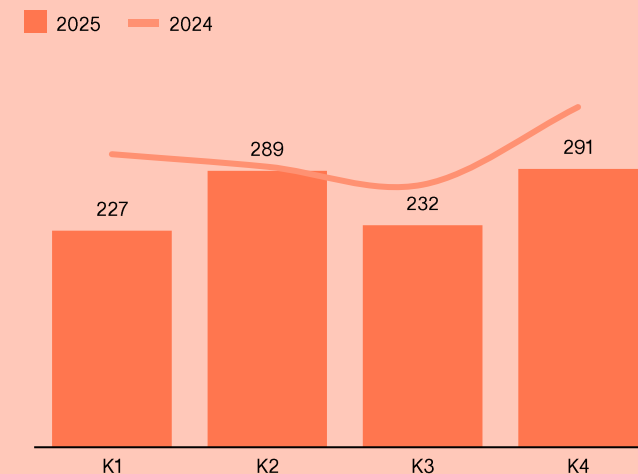
Försäljningen av barnartiklar och leksaker second hand hade en dämpad utveckling 2025. Totalt uppgick försäljningen i kategorin till strax över en miljard, och jämfört med 2024 var den nära 6 procent lägre. Andelen konsumenter som handlade i kategorin i snitt per månad backade också något, från 5,7 procent 2024 till 5,4 procent 2025.

Aven om det inte går att bekräfta, så är det rimligt att anta att de låga födelsetalen i Sverige påverkar försäljningen av barnrelaterat negativt.

Andel som handlat, kvartal



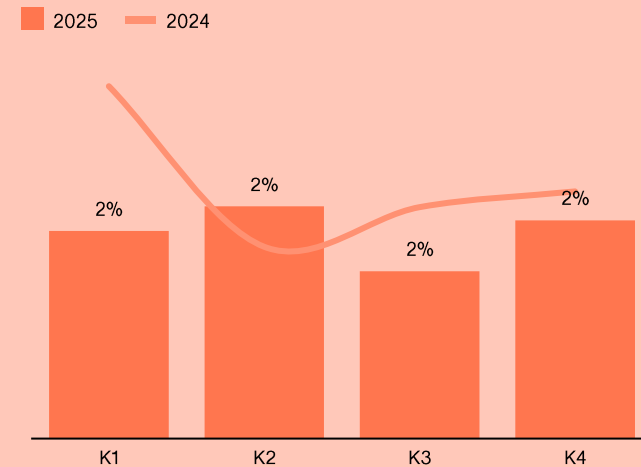
Omsättning, kvartal (mkr)



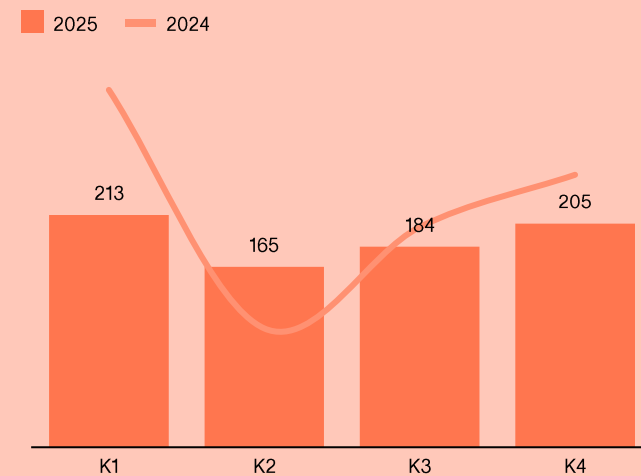
Tydlig nedgång i försäljning och engagemang

Second hand-försäljningen av sport- och fritidsprodukter hade också ett tufft år 2025, och backade med nära 14 procent mot året innan. Totalt omsatte kategorin 767 miljoner kronor 2025, ner från 888 miljoner kronor året innan. Andelen som handlade i kategorin i snitt per månad, backade med 0,5 procentenheter, till 1,9 procent.

Andel som handlat, kvartal



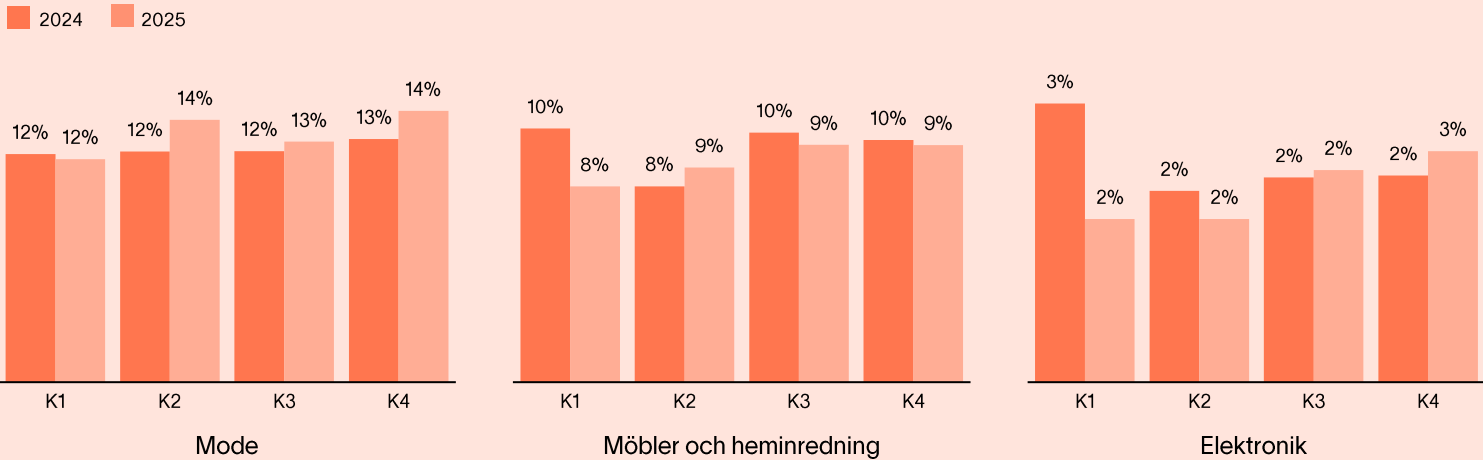
Omsättning, kvartal (mkr)



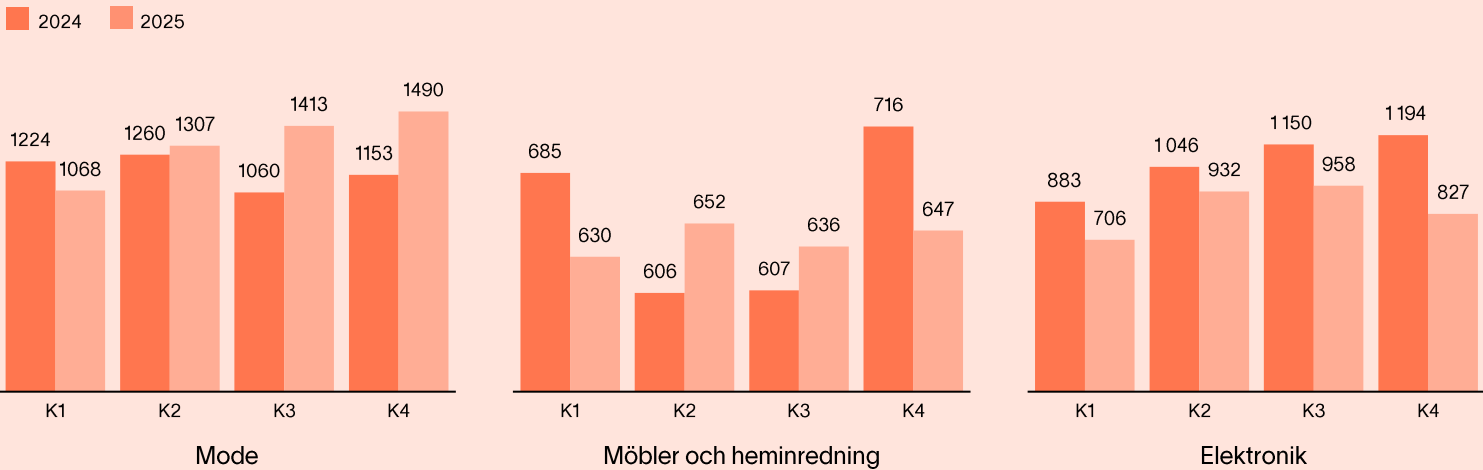
Samtliga kategorier per kvartal



Andel som har handlat i respektive kategori, kvartal (procent)



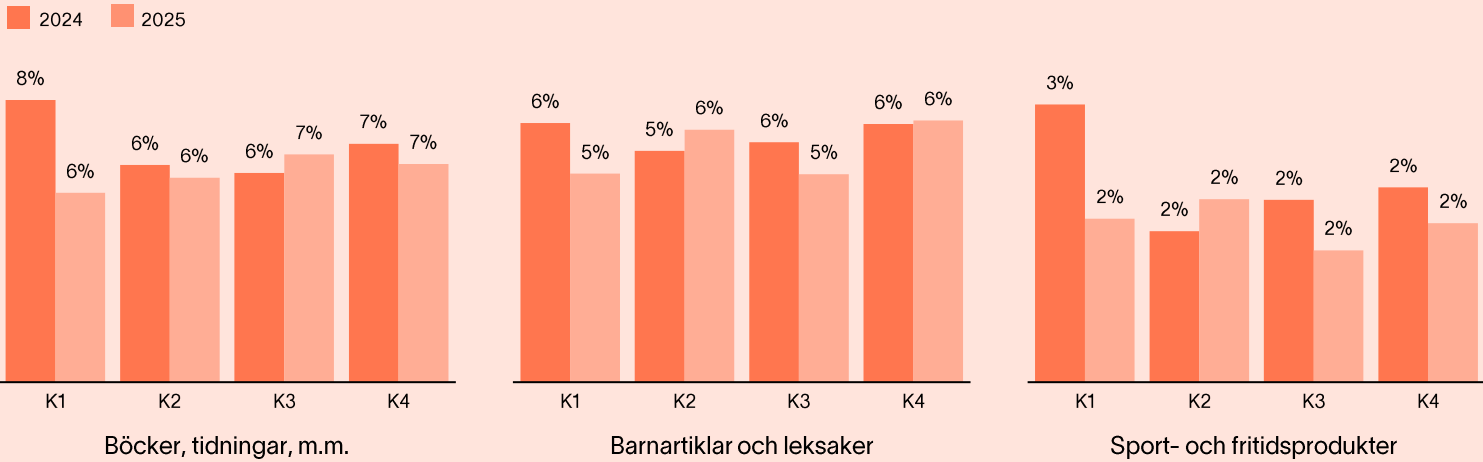
Omsättning per bransch, kvartal (mkr)



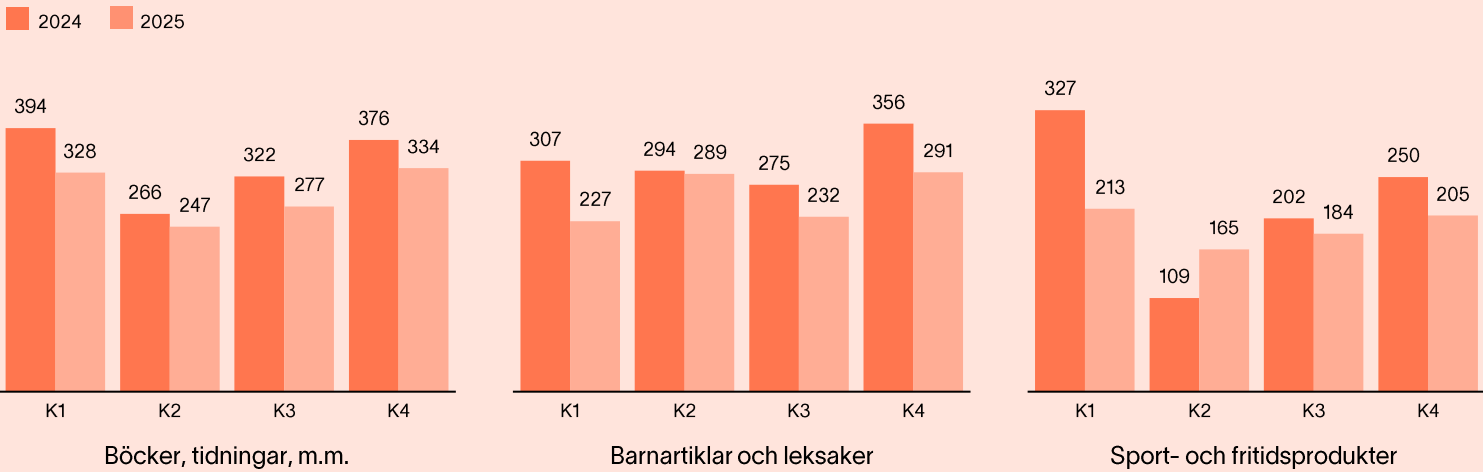
Samtliga kategorier per kvartal



Andel som har handlat i respektive kategori, kvartal (procent)



Omsättning per bransch, kvartal (mkr)





IKEA:

Ny digital marknadsplats ska sänka trösklarna för andrahandsaffärer

Förra veckan lanserade IKEA en digital marknadsplats för begagnade varor i Sverige. Tjänsten är kostnadsfri och gör det möjligt för privatpersoner att köpa och sälja begagnade IKEA-produkter direkt med varandra. Satsningen är en del av företagets arbete med cirkulära affärsmodeller och bygger på erfarenheter från liknande initiativ på andra europeiska marknader.

Bakgrunden till lanseringen är ett tydligt kundintresse, enligt Myriam Ruffo, kommersiell chef på IKEA Sverige.

– Vi vet att många kunder efterfrågar begagnade IKEA-möbler. På IKEA vill vi förenkla och förbättra upplevelsen av att köpa och sälja begagnade varor genom att tillhandahålla en plattform där kunderna kan handla direkt av varandra. Detta ligger helt i linje med kundernas förväntningar på oss, säger Myriam Ruffo.

Marknadsplatsen är utformad för att minska det manuella arbete som ofta förknippas med andrahandsförsäljning. Annonseringen är till stor del automatiserad och baseras på produktens koppling till IKEA:s befintliga sortiment.

– Säljare kan enkelt lägga upp en vara till försäljning genom att ta en bild på sin IKEA-produkt och sedan sköter plattformen resten. Säljaren får omedelbart ett rekommenderat pris, professionella produktfoton och exakta mått. Varje annons innehåller detaljerade beskrivningar, monteringsanvisningar och skötselråd. Vid en försäljning kan säljaren välja mellan att få pengar utbetalda eller öka sina intäkter genom att få ett digitalt presentkort från IKEA med 15 procent extra på, förklarar Myriam.

Valet mellan kontant utbetalning och presentkort ger säljaren flexibilitet, samtidigt som affären i grunden sker mellan privatpersoner på plattformen.

Samtidigt menar Myriam Ruffo att det finns faktorer utanför själva tjänsten som begränsar utvecklingen av second hand-marknaden för heminredning.

– Ett av de största hindren är moms på second hand vilket gör produkterna dyrare för konsumenterna och hämmar marknadens fulla potential. Varor som redan har beskattats en gång möts av full moms igen vid varje ny försäljning. Därför behöver moms på second hand för heminredning sänkas, säger hon.

Lanseringen i Sverige blir därmed både ett praktiskt verktyg för kunder som vill sälja vidare sina möbler och ett exempel på hur cirkulära lösningar påverkas av befintliga regelverk.



Vi vet att många kunder efterfrågar begagnade IKEA-möbler.

Myriam Ruffo, kommersiell chef, IKEA Sverige

Metodbeskrivning

Genomförande

Svensk Handels Pre Loved-indikator är en löpande kartläggning av konsumenters begagnatkonsumtion och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datainsamlingen görs första veckan varje månad och mäter begagnathandel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varje månad genomförs minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala begagnatomsättningen samt omsättningen av begagnat mode i Sverige.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18-89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av begagnatomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total begagnatomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korregerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man handlar begagnat eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel begagnatkonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas för varje enskild produktkategori, och rensning görs på månads-, kvartals-, halvårs- eller årsbasis, beroende på svarsunderlaget för respektive produktkategori. Extremvärdena beräknas på ett sätt som inte missar säsongvariationer.

Avseende begagnathandeln i december 2025 genomfördes 2128 intervjuer den 2-9 januari vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 45 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18-89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.



Vid frågor kontakta
Svensk Handels pressjour:
010 47 18 650
svenskhandel.se