

april 2026

STILINDEX

Försiktig uppgång för modehandeln i april

Försäljningen inom modehandeln ökade svagt i april. Enligt Svensk Handels Stilindex steg försäljningen av kläder med 1,3 procent jämfört med samma månad i fjol, medan skohandeln ökade med 1,1 procent.

– Efter en stark marsmånad ser vi nu en mer försiktig utveckling i april. Samtidigt är det positivt att modehandeln fortsätter att stå emot relativt väl, trots ett fortsatt osäkert omvärldsläge. Konsumenternas köpkraft har stärkts, men många hushåll är fortfarande försiktiga tänker sig för en gång extra innan de handlar. Likt många prognosmakare tror vi att hushållens köpkraft stärks under året, men detta förutsätter att konflikten i Mellanöstern inte får allvarigare konsekvenser, säger Sofia Larsen, vd Svensk Handel.

Den fysiska handeln drev utvecklingen i april. Försäljningen i butik ökade med 2,9 procent för kläder och 1,1 procent för skor jämfört med samma månad i fjol.

– Det är tydligt att den fysiska handeln fortsatt har en stark ställning inom mode. Många konsumenter vill fortfarande kunna prova, känna och inspireras i butik, och april visar att den fysiska handeln fortsätter att vara en viktig motor för branschen. Månadens siffror är ett styrkebesked för den fysiska handeln, som spelar en central roll i att skapa levande städer i Handelslandet Sverige, säger Sofia Larsen.



Det är tydligt att den fysiska handeln fortsatt har en stark ställning inom mode.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

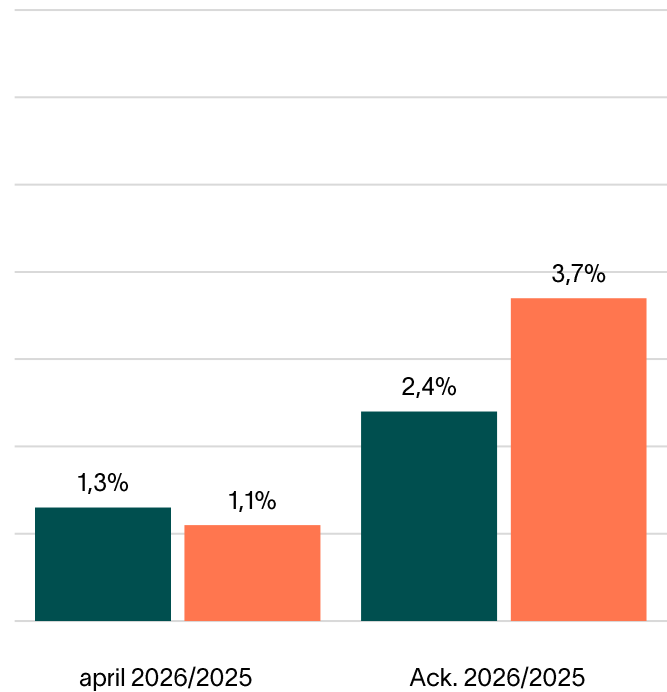


Månadens utveckling

april 2026-2025

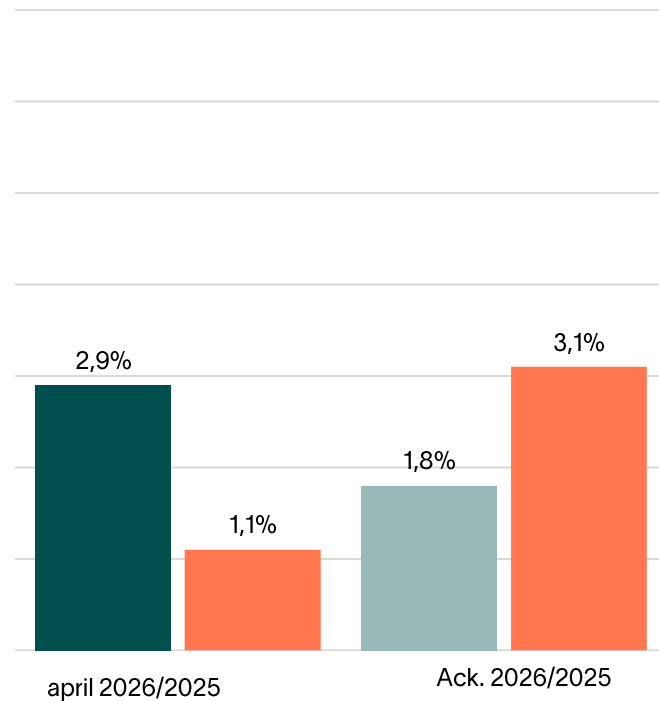
Total

Kläder Skor



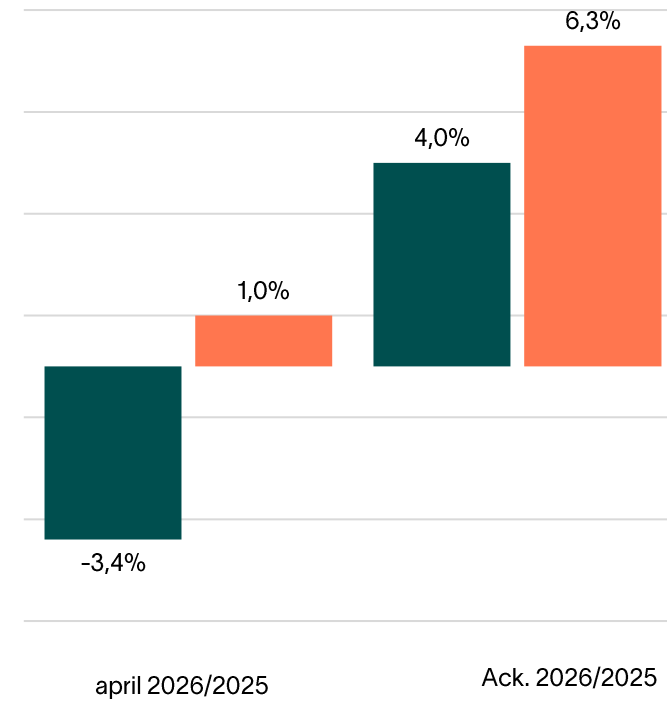
Fysisk handel

Kläder Skor



E-handel

Kläder Skor



Månadens utveckling

Dam



	april 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder	4,3%	4,9%
Skor	6,3%	7,7%

Herr



	april 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder	2,0%	2,1%
Skor	-5,1%	-0,6%

Barn



	april 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	-10,1%	-4,7%

Månadens utveckling

Låg



Mellan



Premium



	april 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	0,5%	2,2%

	april 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	0,2%	1,9%



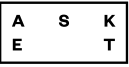







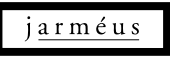



	april 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	14,4%	7,4%

Månadens utveckling

april

		april 2026/2025	april 2026/2024	Ackumulerat jan-apr 2026/2025	Ackumulerat jan-apr 2026/2024
Totalt	Kläder	1,3%	4,4%	2,4%	5,5%
	Skor	1,1%	3,6%	3,7%	11,3%
Fysisk handel	Kläder	2,9%	3,7%	1,8%	2,6%
	Skor	1,1%	3,4%	3,1%	11,4%
E-handel	Kläder	-3,4%	6,4%	4,0%	14,4%
	Skor	1,0%	4,1%	6,3%	10,9%
Dam	Kläder	4,3%	8,0%	4,9%	9,4%
	Skor	6,3%	9,1%	7,7%	15,3%
Herr	Kläder	2,0%	4,2%	2,1%	3,9%
	Skor	-5,1%	-1,0%	-0,6%	3,6%
Barn	Kläder och skor	-10,1%	-8,5%	-4,7%	-3,0%
Låg	Kläder och skor	0,5%	x	2,2%	x
Mellan	Kläder och skor	0,2%	x	1,9%	x
Premium	Kläder och skor	14,4%	x	7,4%	x

Medverkande bolag 2026

FILIPPA K	BJÖRN BORG 	Tátch	eKO <small>KÄNDA MÄRKEN. LÅGA PRISER.</small>	CARLINGS	minfot®	Cubus	rågårds	WAKAKUU	
Rodebjer	gina tricot	Sandströms	AXEL ARIGATO	NILSONGROUP <small>DIN SKO / SKÖPUNKTEN</small>	EUROSKO		OSCAR JACOBSON		VAGABOND <small>SHOEMAKERS</small>
Johnells®	CARE OF CARL	N A - K D	JEANSBOLAGET®		ADOORE	INDISKA 	PELLE 	SCORETT <small>QUALITY MATTERS</small>	G E G G A M O J A®
POLARN O. PYRET	D DEICHMANN	ÅHLÉNS	Kappahl	MARTY	Thun's	<i>Cassels</i>		JOHN HENRIC	<i>Stenströms.</i>
BROTHERS		CELLBES <small>OF SWEDEN</small>	<i> Gudrun Sjödén</i>	Dressmann	VOLT	c'est normal			 DIDRIKSONS
MINI RODINI	D.O. <small>DESIGN ONLY</small>	BIKBOK	ellos		LINDEX		ANWR	JUNKYARD.	NEWHOUSE
sandelins									

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 inköpssaarbeten 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