

April 2026

PRE LOVED



SH Svensk
Handel

April gav second hand-marknaden ny fart

Second hand-försäljningen i april 2026: upp 7 procent i årstakt

Second hand-marknaden fick ny fart i april. Försäljningen uppgick till nära 1,3 miljarder kronor, vilket innebär en uppgång med drygt 7 procent jämfört med april i fjol och drygt 22 procent jämfört med mars. Efter ett svagt första kvartal är det ett tydligare styrkebesked, även om utvecklingen hittills i år fortsatt ligger lägre än under samma period 2025. Andelen som handlade second hand i april låg kvar på ungefär var fjärde konsument, i princip i linje med i fjol och något högre än månaden innan. Det tyder på att engagemanget i segmentet består, samtidigt som köpaktiviteten ökade.

Utvecklingen i april visar också att nätet fortsätter att väga tungt i second hand-handeln. Försäljningen ökade i både digitala och fysiska kanaler, men nätet stod fortsatt för klart störst del av marknaden. E-handelns försäljningsandel låg på drygt 68 procent, i nivå med april i fjol och något lägre än i mars. Sett till årets första fyra månader har nätet ändå tappat mindre än de fysiska butikerna, vilket gör att kanalen fortsatt står starkt i en mer avvaktande marknad.

Skillnaderna mellan produktkategorierna var fortsatt tydliga. Mode stack ut positivt och fortsatte att driva marknaden framåt, med en stark uppgång både jämfört med april i fjol och med mars. Aven böcker och tidningar ökade tydligt i årstakt, om än från en låg nivå förra året. Samtidigt var utvecklingen fortsatt svagare för möbler och heminredning, där försäljningen låg klart lägre än i fjol. Sammantaget visar april en marknad som rör sig åt rätt håll, men där återhämtningen fortfarande är ojämnt fördelad mellan kategorierna.



Mode stack ut positivt och fortsatte att driva marknaden framåt, med en stark uppgång både jämfört med april i fjol och med mars.



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.



1,3 miljarder

Total omsättning i april 2026 i svenska kronor

494
miljoner

Omsättning inom
mode i april
i svenska kronor

2 av
10

Så många konsumenter
uppgjer att de handlat
begagnat i april

6 av
10

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

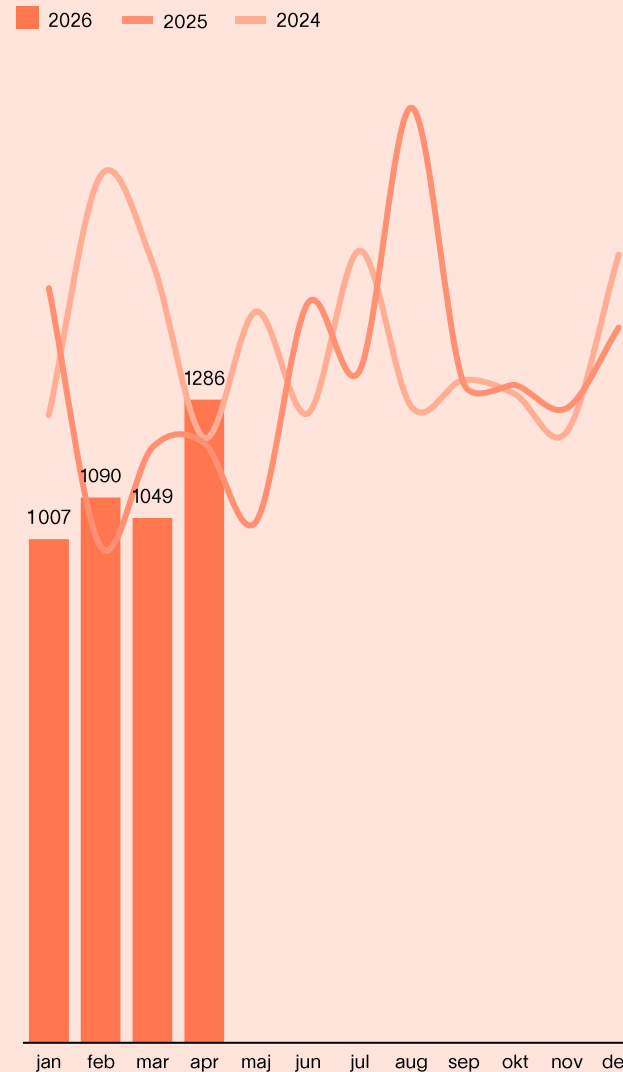
Högsta uppmätta aprilförsäljningen

Second hand-försäljningen uppgick till nära 1,3 miljarder kronor i april, vilket ska jämföras med knappt 1,2 miljarder under april i fjol. På totalen ökade försäljningen med drygt 7 procent i årstakt. Jämfört med mars i år var uppgången nära 23 procent, vilket innebär att april bröt den svagare inledningen på året.

Andelen som handlade second hand under månaden låg på knappt 25 procent, vilket är i princip samma nivå som i april i fjol. Jämfört med mars ökade andelen marginellt, med omkring en tredjedels procentenhet. Nivån ligger därmed kvar kring var fjärde konsument, vilket visar att engagemanget i segmentet är stabilt.

Sett till årets första fyra månader ligger försäljningen fortfarande lägre än under samma period 2025, med ett tapp på drygt 9 procent. Aprilutfallet gör ändå bilden något ljusare: efter ett svagt första kvartal ökade både försäljningen och aktiviteten, utan att andelen second hand-konsumenter avvek nämnvärt från fjolåret.

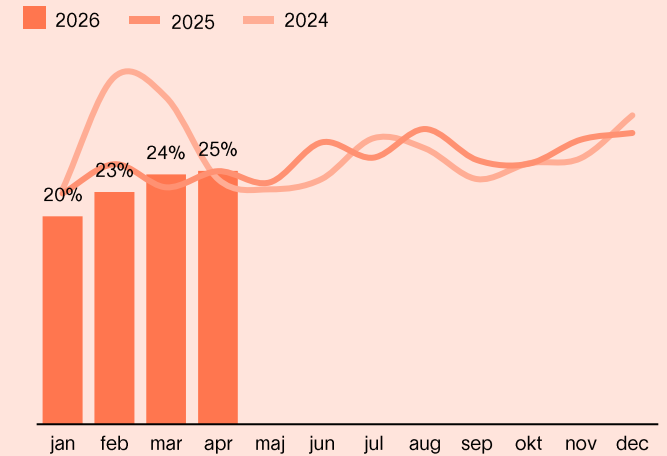
Omsättning per månad 2024-2026 (mkr)



Sett till årets första fyra månader ligger försäljningen fortfarande lägre än under samma period 2025, med ett tapp på drygt 9 procent.

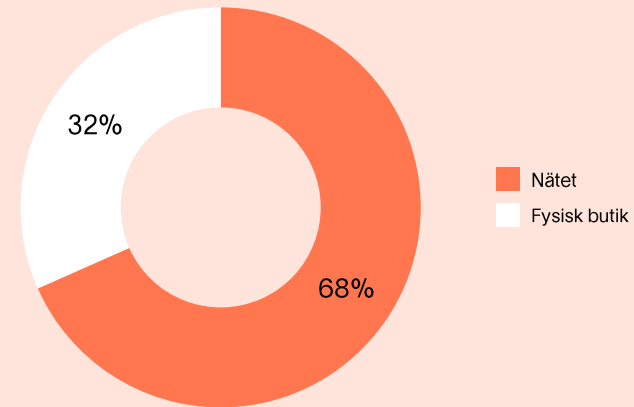
Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Andel som har handlat per månad 2024-2026

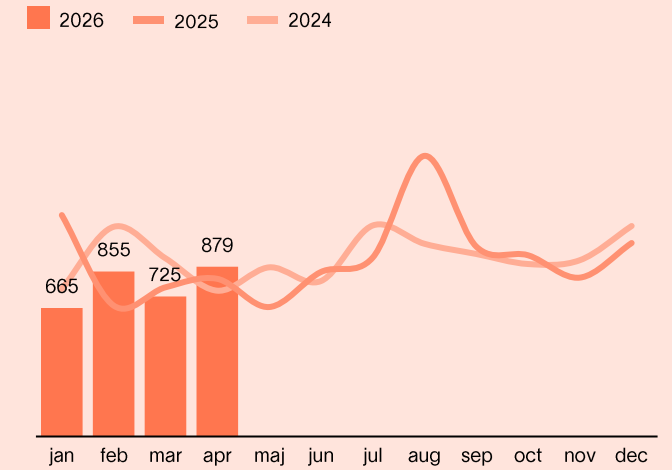


Nätet står starkt – men båda kanalerna växte

Omsättningsandel per kanal senaste månaden (procent)



Omsättning per månad (mkr)

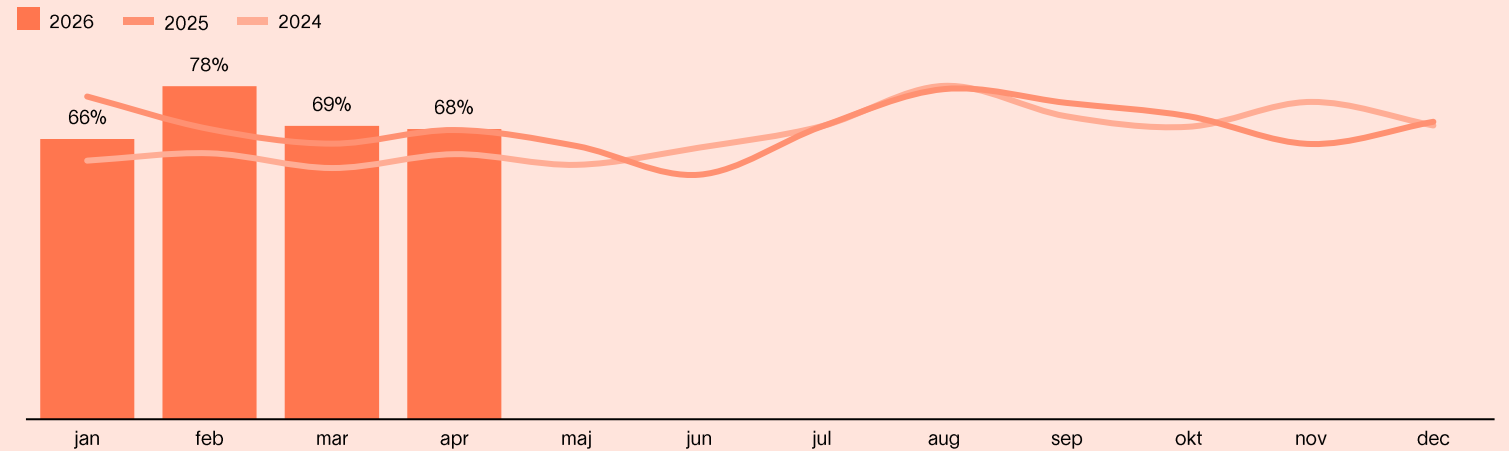


I april ökade försäljningen i båda kanalerna. På nätet steg försäljningen med knappt 8 procent i årstakt, och uppgick till nära 880 miljoner kronor under månaden. I fysiska second hand-butiker ökade försäljningen med cirka 7 procent jämfört med april förra året.

Jämfört med mars var uppgången märkbar i båda kanalerna. Nätförsäljningen ökade med drygt 21 procent, medan de fysiska butikerna steg med drygt 25 procent. Det innebär att butikernas andel stärktes något från månaden innan, även om nätet fortfarande står för merparten av försäljningen.

E-handelns försäljningsandel landade på drygt 68 procent i april, i nivå med april i fjol och något lägre än i mars. Sett till årets första fyra månader har nätet backat mindre än de fysiska butikerna, vilket bekräftar att den digitala second hand-handeln fortsatt står relativt starkt.

E-handelns försäljningsandel



SECOND HAND-MODE

Mode fortsätter driva tillväxten

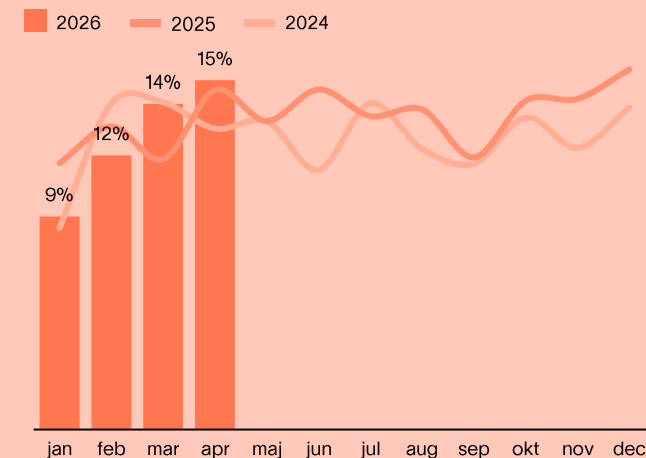


Försäljningen av second hand-mode steg tydligt både i års- och månadstakt i april. Jämfört med förra året ökade försäljningen med drygt 26 procent, och jämfört med mars var uppgången drygt 21 procent. Totalt omsatte kategorin 494 miljoner kronor under månaden.

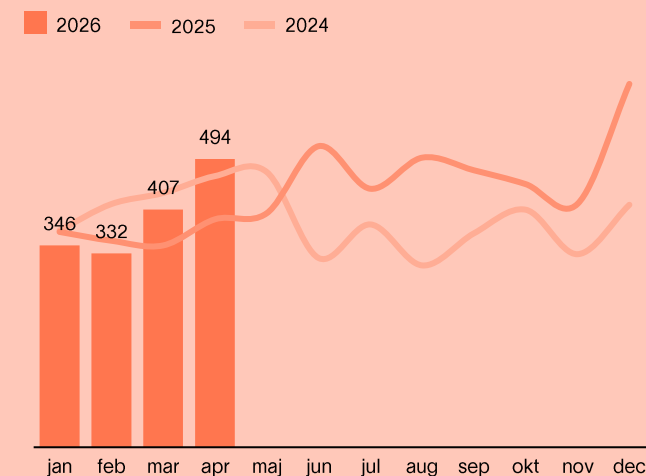
Sett till årets första fyra månader uppgick försäljningen inom produktkategorin till nära 1,6 miljarder kronor. Det innebär en tillväxt om drygt 8 procent jämfört med samma period i fjol, och gör mode till en av de tydligaste tillväxtmotorerna inom second hand-marknaden.

Andelen som handlade i kategorin låg på nära 15 procent i april. Det är något högre än i april i fjol och omkring en procentenhet högre än i mars. Intresset för second hand-mode består därmed, och vårsäsongen tycks ha fortsatt att ge kategorin extra draghjälp.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)



Fortsatt svagt trots högre engagemang

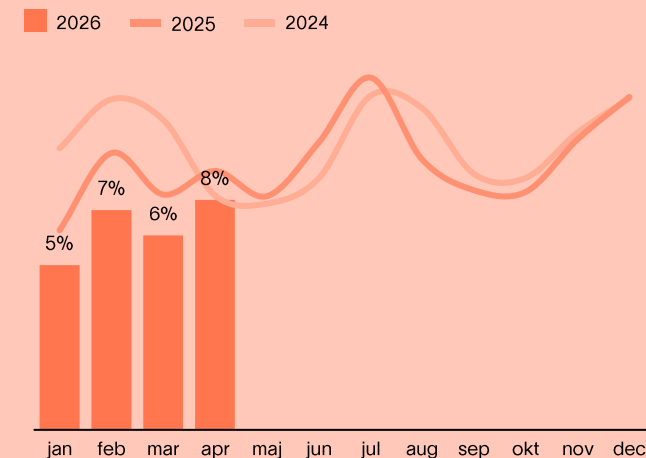


Möbel- och heminredningshandeln second hand fortsatte att utvecklas svagt i april. Försäljningen inom kategorin uppgick till omkring 153 miljoner kronor, vilket motsvarar en nedgång i årstakt på drygt 27 procent. Jämfört med mars minskade försäljningen med cirka 6 procent.

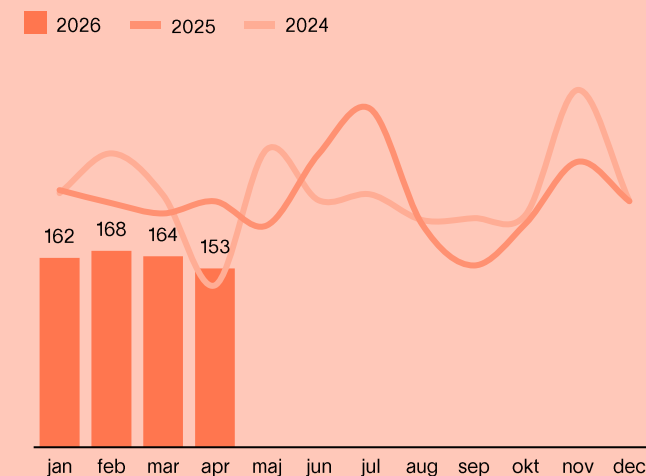
Aven sett till årets första fyra månader är bilden svag. Försäljningen uppgick till knappt 650 miljoner kronor, vilket är nära 23 procent lägre än under samma period i fjol.

Andelen som handlade i kategorin ökade däremot från mars och låg på knappt 8 procent i april. Nivån är fortfarande lägre än i april förra året, men visar att intresset inte har fallit i samma takt som försäljningen.

Andel som handlat

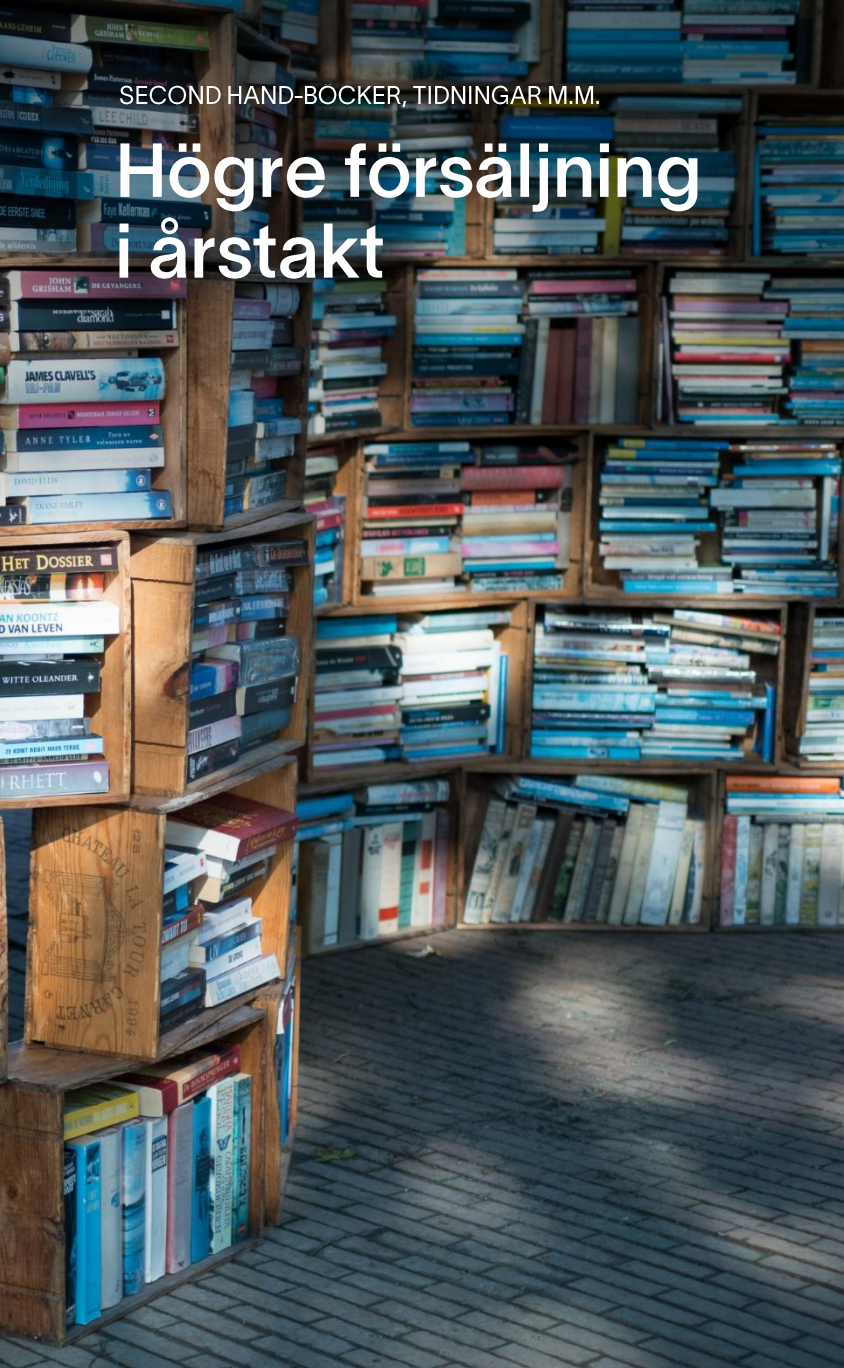


Omsättning (mkr)



SECOND HAND-BOCKER, TIDNINGAR M.M.

Högre försäljning i årstakt

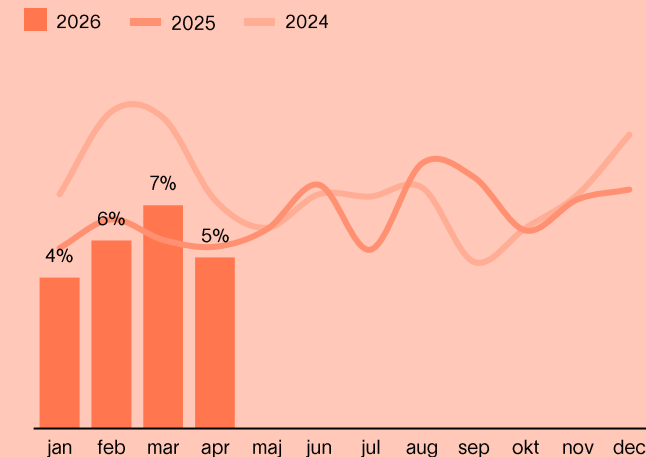


Second hand-försäljningen av böcker och tidningar ökade med drygt 43 procent i årstakt i april, och landade på drygt 77 miljoner kronor. Uppgången ska samtidigt ses i ljuset av att april i fjol var en svag månad för kategorin.

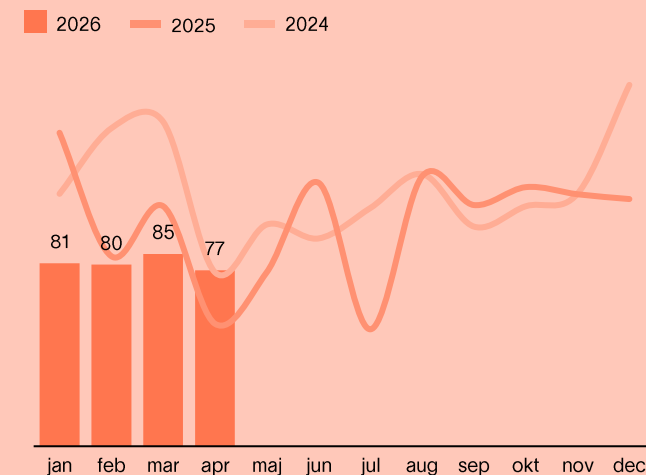
Jämfört med mars minskade försäljningen med knappt 9 procent. Sett till årets första fyra månader uppgår försäljningen till drygt 320 miljoner kronor, vilket är cirka 15 procent lägre än under samma period i fjol.

Andelen som handlade i kategorin låg på omkring 5 procent i april. Det är något lägre än i april i fjol och tydligt lägre än i mars, vilket visar att försäljningslyftet i årstakt främst drevs av högre snittutgifter snarare än fler köpare.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)



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.

Datinsamlingen 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 korrigerar 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 april 2026 genomfördes 2070 intervjuer den 4-11 maj vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 37 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