

Handelns högtider

# SOMMAR 2026



**SH** Svensk  
Handel

# Sommarhandeln växlar upp

Starkare volymförväntningar, fler sommarjobb och midsommar i centrum för handeln

Sommaren 2026 ser ut att bli starkare än i fjol. Drygt varannan handlare tror på ökade försäljningsvolymerna under juni, juli och augusti, och optimismen är särskilt tydlig inom dagligvaruhandeln.

Midsommar har samtidigt en självklar plats i handelns högtidskalender. 51 procent av handlarna anser att högtiden är viktig för försäljningen, och inom dagligvaruhandeln är andelen nära sju av tio. Det speglar en högtid där firandet i hög grad kretsar kring mat, dryck och inköp nära inpå helgen. Årets rapport visar också att midsommarfirandet står mycket starkt. Hela 89 procent av svenskarna firar högtiden på något sätt, oftast hemma tillsammans med vänner och familj. På midsommarbordet är matjessill det vanligaste valet, samtidigt som yngre konsumenterna i högre grad föredrar senapssill eller väljer bort sill.

Merförsäljningen i dagligvaruhandeln under midsommarveckan väntas uppgå till omkring 1,3 miljarder kronor, i linje med fjolåret. Samtidigt väntas volymerna öka med 3 till 5 procent, vilket innebär stabil försäljning i kronor men fler varor i kassarna.

Sommarhandeln är också en viktig jobbskapare. I år väntas sommaren skapa drygt 22 500 extra arbetstillfällen inom detaljhandeln och omkring 4 000 inom partihandeln. För många unga blir sommarjobbet i handeln den första vägen in i arbetslivet.



Sommarhandeln 2026 ser ut att bli starkare än i fjol.



Årets midsommarhandel väntas innebära stabil försäljning i kronor, men fler varor i kassarna.



# Handlarna räknar med starkare sommarvolym



## Dagligvaruhandeln dragaren

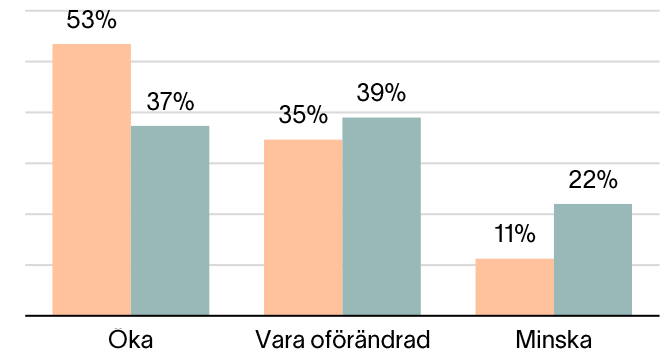
Handlarnas förväntningar på sommarförsäljningen är betydligt mer positiva i år än i fjol. I årets mätning uppger majoriteten, 53 procent, att de tror att den sålda volymen under juni, juli och augusti kommer att öka jämfört med samma period året innan. Det kan jämföras med 37 procent i fjol. Samtidigt har andelen som räknar med minskade volymer halverats, från 22 till 11 procent. Förväntningsbilden har därmed förskjutits tydligt i positiv riktning, vilket tyder på att fler handlare ser en starkare efterfrågan framför sig och att osäkerheten kring sommarförsäljningen har minskat jämfört med förra året.

Uppgången drivs framför allt av dagligvaruhandeln. Där tror 65 procent av handlarna på ökade försäljningsvolym under sommarmånaderna, jämfört med 49 procent i fjol. Det kan också ses i ljuset av momssänkningen som trädde i kraft den 1 april i år, som stärkt hushållens köpkraft och bidragit till ökad konsumtion i delbranschen.

Inom sällanköpsvaruhandeln är förväntningarna mer återhållsamma. Där tror 41 procent på ökade volymer, vilket är i nivå med fjolåret då andelen också uppgick till 41 procent. Samtidigt räknar 44 procent med en oförändrad utveckling. Sammantaget visar resultaten att handeln ser ljusare på årets sommar än fjolårets, med dagligvaruhandeln som den främsta dragaren.

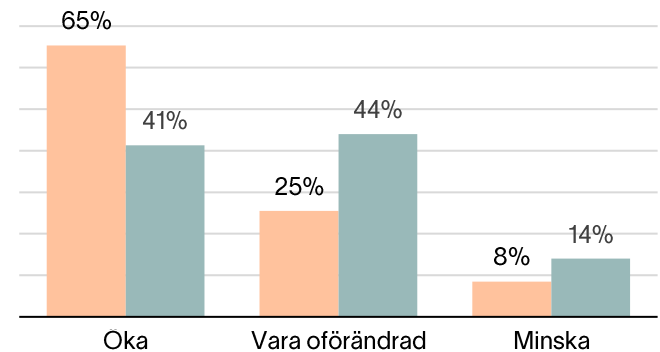
Vad tror du om försäljningen i ditt företag under sommarmånaderna juni, juli och augusti i år jämfört med samma period året innan (2025)?  
"Den kommer..."

2026 2025



## Svar uppdelat på delbransch

Dagligvaruhandel Sällanköpsvaruhandel



# Sommarhandeln skapar jobb

Sommarhandeln innebär inte bara ökade försäljningsvolym, utan också ett stort behov av extrapersonal. I år planerar hälften av handlarna inom detaljhandeln att ta in extra personal under sommaren, jämfört med 40 procent i fjol. Inom partihandeln är motsvarande andel drygt 29 procent, vilket också är en ökning från förra årets 23 procent.

Totalt väntas sommaren generera drygt 22 500 extra arbetstillfällen inom detaljhandeln och omkring 4 000 inom partihandeln. Behovet handlar dels om att täcka upp när ordinarie personal har semester, dels om att möta en högre efterfrågan under sommarens mest intensiva perioder. Att antalet extra jobb ökar jämfört med i fjol beror framför allt på att fler handlare planerar att ta in extrapersonal, särskilt inom sällanköpsvaruhandeln. Snittantalet extraanställda per butik ligger däremot kvar på ungefär samma nivå som förra året.

Handeln är en av Sveriges viktigaste jobbskapare, inte minst för unga som tar sina första steg in på arbetsmarknaden. För många blir sommarjobbet i butik, på lager eller i kundservice den första kontakten med arbetslivet, och en möjlighet att bygga erfarenhet, ansvarstagande och servicevana. Att fler handlare planerar att ta in extrapersonal i år visar därför inte bara på en starkare sommarsäsong, utan också på handelds bredare betydelse för sysselsättningen i Sverige.



# 26 500

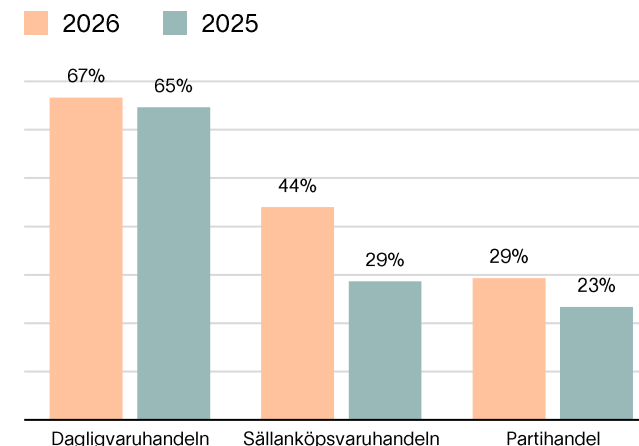
fler arbetstillfällen i handeln



Handeln är en av Sveriges viktigaste jobbskapare, inte minst för unga som tar sina första steg in på arbetsmarknaden.

Maria Mikkonen, Chefsekonom, Svensk Handel

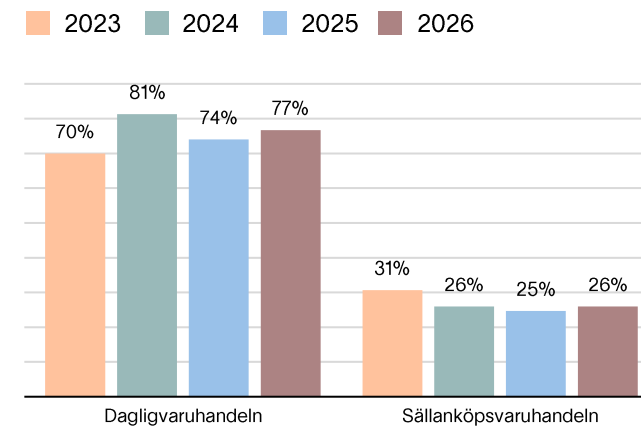
Andel som uppger att de planerar att ta in extrapersonal i sommar, per delbransch



# Midsommar: en viktig högtid för handeln



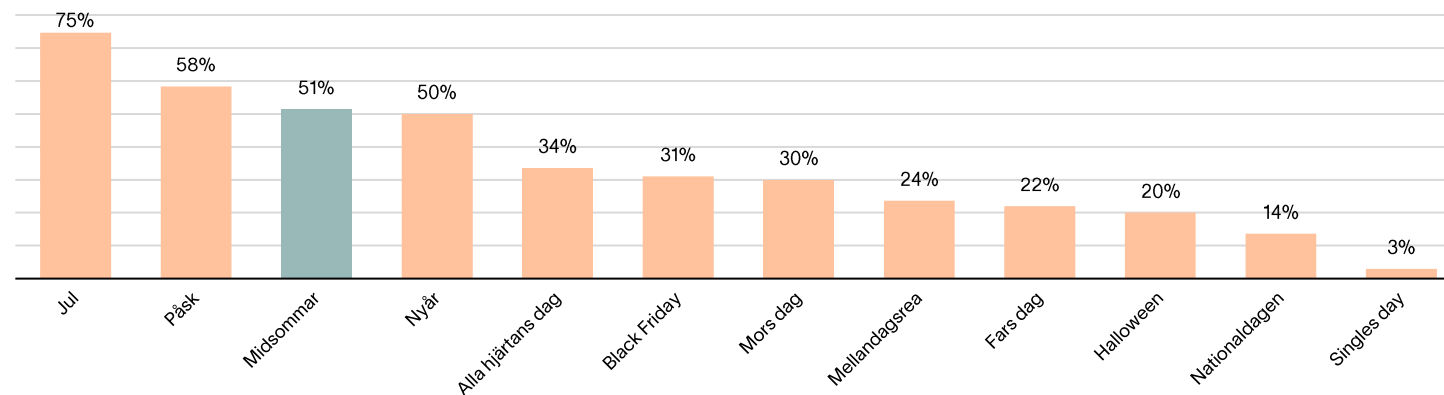
Andel handlare som anser att midsommar är viktig för försäljningen, uppdelat på delbransch



Midsommar har en självklar plats i handelns högtidskalender. I årets mätning uppger 51 procent av handlarna att midsommar är viktig för försäljningen, vilket placerar högtiden högt bland årets försäljningsperioder – efter jul och påsk, men i nivå med nyår. Allra störst betydelse har midsommar för dagligvaruhandeln, där nära sju av tio handlare ser högtiden som viktig för försäljningen. Det är knappast förvånande. Midsommarfirandet kretsar i hög grad kring mat och dryck, och många av inköpen görs nära inpå helgen.

Även om midsommar framför allt är en mathelg märks den också i andra delar av handeln. Drygt var fjärde sällanköpsvaruhandlare uppger att högtiden är viktig för försäljningen. Det handlar inte minst om produkter som hör firandet till, som dukning, dekorationer, kläder och andra varor som bidrar till att skapa rätt känsla kring helgen. Sammantaget visar siffrorna att midsommar fortsatt är en stark handelsvecka, med dagligvaruhandeln i centrum men med tydliga möjligheter även för andra delar av handeln.

Andel handlare som anser att midsommar är viktig för försäljningen 2026



Källa: Handelsbarometern januari 2023-2026

# Merförsäljningen oförändrad



## Men stiger mätt i antal varor

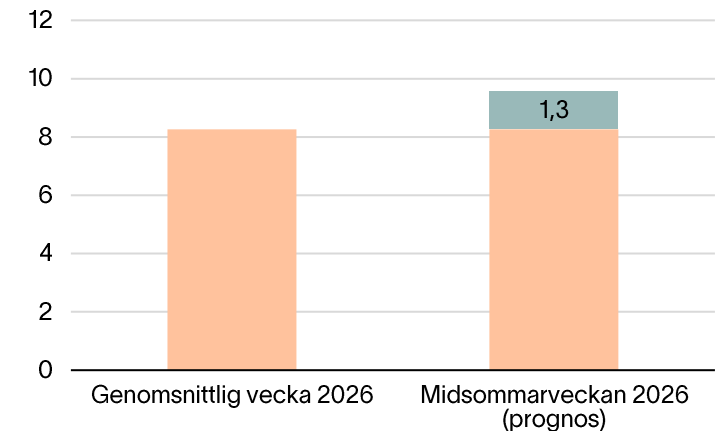
Midsommar är en av årets viktigaste mathelger, och även i år väntas veckan ge ett tydligt lyft för dagligvaruhandeln. Svensk Handels prognos visar att merförsäljningen under midsommarveckan väntas uppgå till omkring 1,3 miljarder kronor, vilket är i linje med fjolårets nivå. Att prognosen inte stiger mer i kronor räknat beror framför allt på den sänkta matmomsen, som trädde i kraft den 1 april och nu fått fullt genomslag i livsmedelspriserna.

Samtidigt betyder inte en oförändrad försäljningsprognos att midsommarhandeln står stilla. Lägre priser gör att hushållens pengar räcker längre, vilket väntas stärka volymförsäljningen. I volym räknat bedöms årets merförsäljning under midsommarveckan därför vara 3 till 5 procent högre än i fjol. För handeln innebär det en fortsatt stark midsommarvecka med stabil försäljning i kronor, men fler varor i kassarna.

Merförsäljning i dagligvaruhandeln under årets midsommarvecka:

**1,3** Miljarder kronor

Prognos av försäljningen i dagligvaruhandeln midsommarveckan 2026, miljarder kronor



# Midsommar hemma – med matjessill i topp

## 88 procent firar midsommar

Midsommar står fortsatt mycket starkt bland svenskarna. I årets undersökning uppger 89 procent att de firar högtiden på något sätt. Vanligast är att fira med vänner eller familj hemma, följt av att resa till vänner eller familj på annan ort. Det senare är särskilt vanligt bland 18–34-åringar, vilket visar att midsommar för många yngre också är en tydlig rese- och besökshelg.

Restaurangfirandet är däremot fortsatt mycket begränsat. Midsommar är alltså i första hand en högtid som firas i hemmet, i trädgården, på landet eller tillsammans med andra i privata sammanhang. Det gör också inköpen inför helgen särskilt viktiga för dagligvaruhandeln, där många av midsommarens klassiska inslag hämtas.

## Matjessill är favorit på bordet

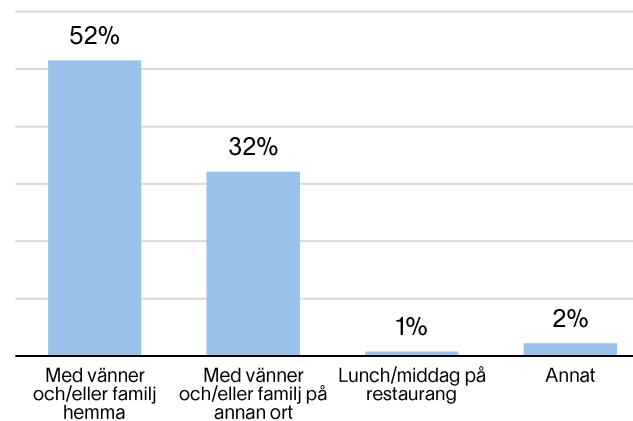
På midsommarbordet är matjessillen svenskarnas tydliga favorit. 26 procent anger den som sin favoritsill, före senapssill, inlagd sill och skärgårdssill. Bland äldre svenskar är matjessillen särskilt stark, medan yngre oftare väljer senapssill – eller avstår sill helt. Det visar att silltraditionen står stabilt, men också att midsommarbordet rymmer flera smakpreferenser och tydliga generationella skillnader.



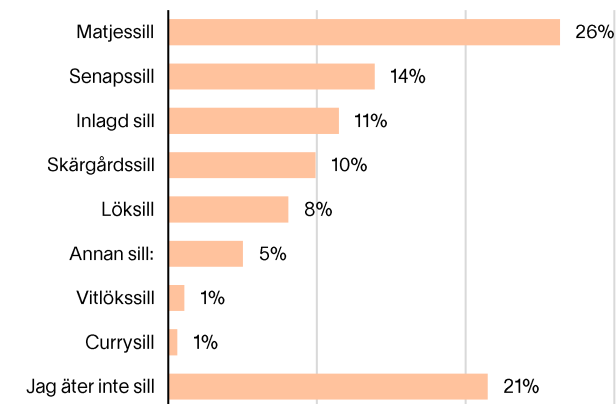
Så stor andel av svenskarna firar midsommar

# 89%

## Hur planerar du att fira midsommar i år?



## Vilken typ av sill är sin favorit till midsommar?



Källa: Konsumentundersökning juni 2026

# Färre planerar utlandssemester i sommar

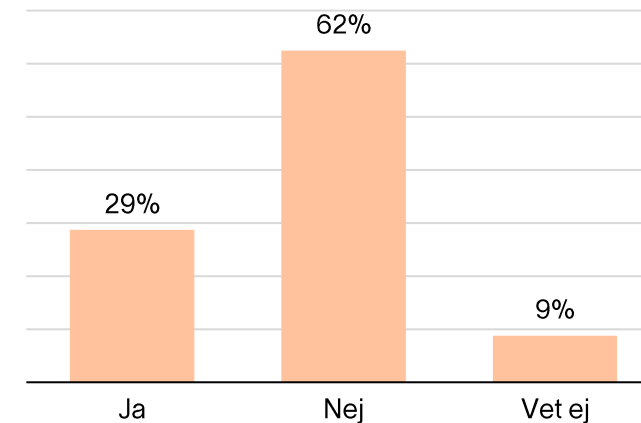
Nästan tre av tio svenskar, 29 procent, planerar att semestra utomlands någon gång under sommarmånaderna juni, juli och augusti. Det är en lägre andel än i fjol, då 35 procent uppgav att de planerade en utlandssemester. Skillnaden syns framför allt i att fler i år är säkra på att de inte kommer att resa utomlands: 62 procent svarar nej, jämfört med 50 procent i fjol. Andelen osäkra har samtidigt minskat.

Resultatet visar också att utlandsresandet har en tydlig geografisk prägel. Högst är andelen i Stockholm, där 38 procent planerar att semestra utomlands i sommar. Det är klart över rikssnittet och sticker ut jämfört med övriga landet. Även Västsverige sticker ut med en något högre andel än snittet. Andelen i norra och östra Sverige utmärker sig med en förhållandevis låg andel som planerar att semestra utomlands i sommar.

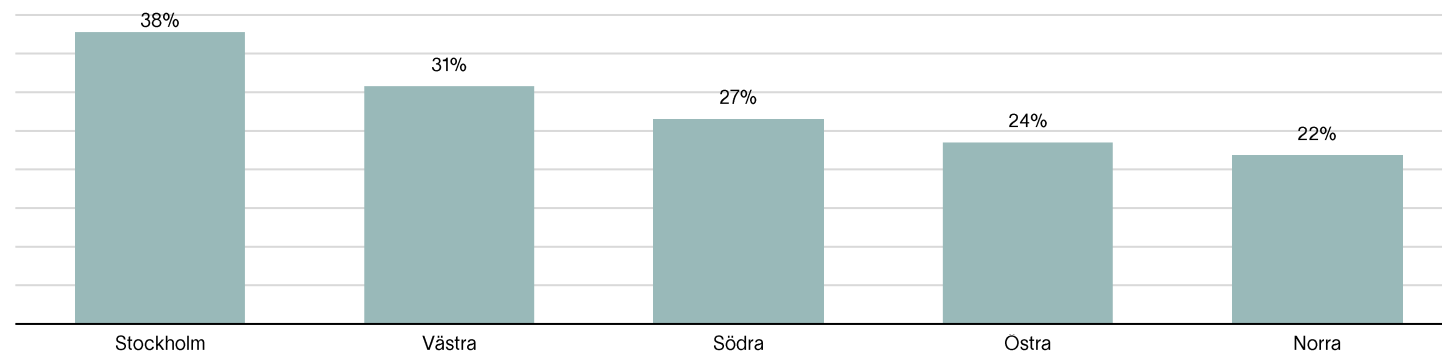
Sammantaget pekar resultaten på att fler svenskar planerar att tillbringa sommaren i Sverige i år. För handeln innebär det att en större del av semesterkonsumtionen kan komma att stanna på hemmaplan, samtidigt som utlandsresandet fortsatt är vanligast i storstadsregionerna.



Planerar du att semestra utomlands någon gång under sommarmånaderna juni juli och augusti i år?



Andel som planerar att semestra utomlands i sommar, uppdelat på region



Källa: Konsumentundersökning juni 2026

# Vinnar- och förlorarkategorier under midsommarveckan

## Produkter med störst försäljningsökning i procent under midsommarveckan jämfört med en genomsnittlig vecka 2025

INSEKTSMEDEL	+ 250 %
KONSERVERAD FISK & SKALDJUR	+ 213 %
FÄRSKA KRYDDOR	+ 183 %
ENGÅNGSSERVISER & BESTICK	+ 176 %
FISK & SKALDJUR	+ 171 %

## Produkter med störst försäljningsminskning i procent under midsommarveckan jämfört med en genomsnittlig vecka 2025

HELGSKINKA	- 98 %
LJUS	- 74 %
GLÖDLAMPOR	- 56 %
KYLDA RULLPACK	- 55 %
TORKADE ÄRTOR, BÖNOR & LINSER	- 34 %

Källa: NielsenIQ ScanTrack, DVH Scanning, Försäljning i värde, Helår 2025 & v25 2025 (datautdrag med slutvecka 20, 2026). (Copyright © NielsenIQ.)

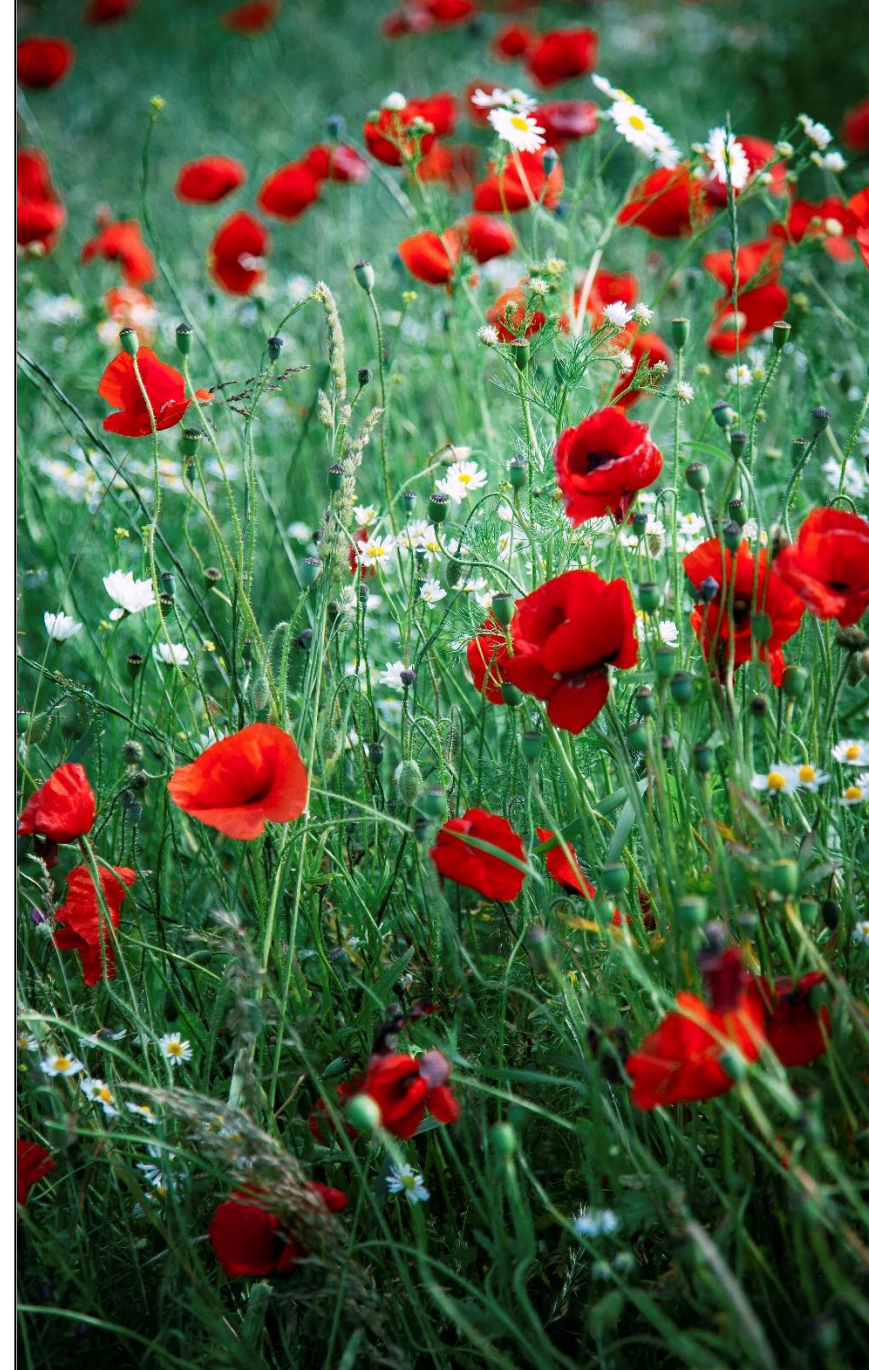
# Om undersökningen

Rapporten är baserad på en konsumentundersökning i juni 2026, extrafrågor i samband med Svensk Handels Handelsbarometer från januari och juni 2026, samt NielsenIQs ScanTrack data.

Handelsbarometern tas fram i samarbete med HUI Research och baseras på en telefonundersökning som varje månad distribueras till 450 slumpvis utvalda dagligvaruhandlare, sällanköpsvaruhandlare och partihandlare. Undersökningen som refereras till i denna rapport genomfördes i januari och juni 2026.

Konsumentundersökningen genomfördes som en webbenkät av Novus på uppdrag av Svensk Handel. 1229 personer i Sverige mellan 18 och 84 år deltog. Enkäten stratifieras med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes i juni 2026.

NielsenIQ är ett globalt marknadsundersöknings- och analysföretag som samlar in försäljningsdata från detaljhandeln (NielsenIQ ScanTrack) vilket bland annat möjliggör analyser av köpbeteenden, marknadstrender och marknadsandelar. NielsenIQ ScanTrack data ligger till grund för försäljningsstatistiken i rapporten.



# Handelns högtider

## Kontakt

Presskontakt 010-47 18 650

[press@svenskhandel.se](mailto:press@svenskhandel.se)

svenskhandel.se

