

juli 2026

STILINDEX

Stark julimånad för modehandeln

Den svenska modehandeln utvecklades starkt i juli. Svensk Handels Stilindex visar att försäljningen av kläder ökade med 6,7 procent jämfört med samma månad förra året. Skoförsäljningen ökade med 1,9 procent.

– Det är glädjande att modehandeln fortsätter att utvecklas positivt. Juli är en reamånad och många konsumenter passar på att handla under sommarens reor. Våra medlemsföretag vittnar samtidigt om fler turister än vanligt i butikerna, vilket också kan ha bidragit till den starka försäljningen, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

E-handeln stod för den starkaste utvecklingen inom kläder. Försäljningen online ökade med 16,2 procent jämfört med juli förra året, medan försäljningen i fysiska butiker ökade med 4,9 procent. För skor var utvecklingen den omvända. Försäljningen i fysisk butik ökade med 2,7 procent medan e-handeln minskade med 6,4 procent.

Premiumsegmentet utvecklades starkast under månaden med en försäljningsökning på 8,7 procent. Lågrissegmentet ökade med 6,1 procent och mellansegmentet med 5,4 procent. Premium är också det segment som utvecklats starkast hittills under året, med en ökning på 6,3 procent.

– Efter flera tuffa år ser vi nu allt fler tecken på att svensk ekonomi är på väg åt rätt håll. När hushållen får mer utrymme i plånboken skapar det bättre förutsättningar för konsumtionen och för handelns återhämtning. Julisiffrorna är ett välkommet styrkebesked och nu hoppas vi att den positiva utvecklingen håller i sig under hösten, för om det är någonting vi lärt oss är det att läget kan svänga snabbt, säger Sofia Larsen.



Våra medlemsföretag vittnar om fler turister än vanligt i butikerna, vilket också kan ha bidragit till den starka försäljningen.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

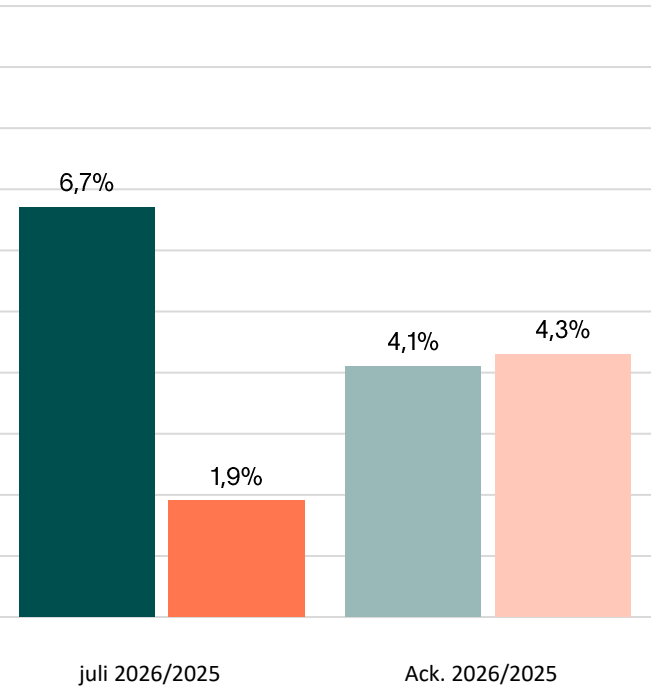


Månadens utveckling

juli 2026-2025

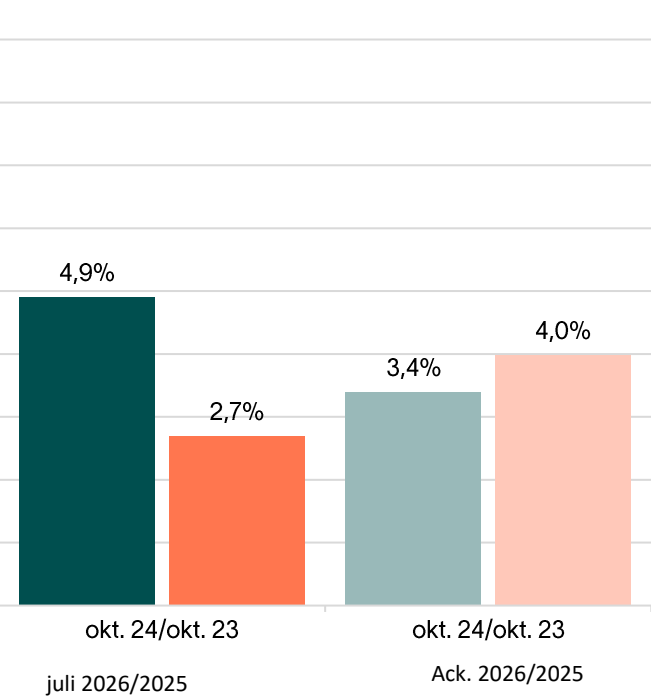
Total

Kläder Skor



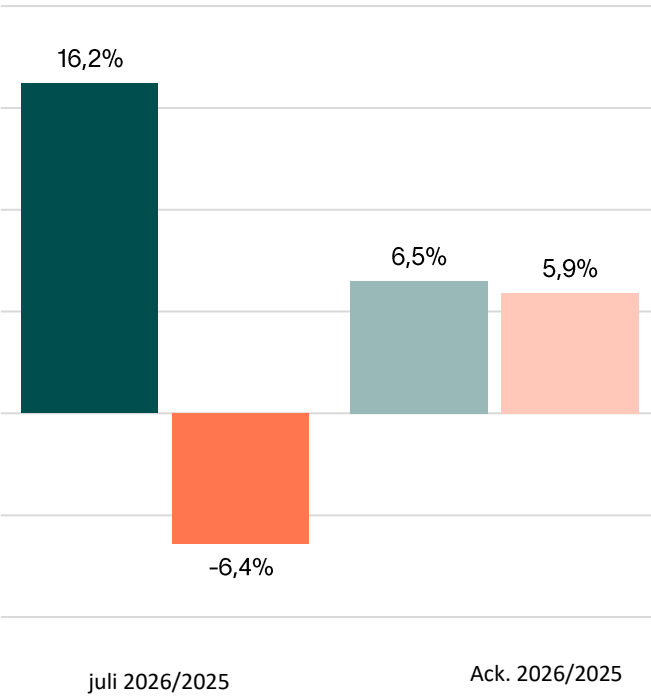
Fysisk handel

Kläder Skor



E-handel

Kläder Skor



Månadens utveckling

Dam



	juli 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder	9,8%	7,0%
Skor	4,5%	7,7%

Herr



	juli 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder	3,6%	3,2%
Skor	-1,3%	-0,1%

Barn



	juli 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	2,8%	-2,8%

Månadens utveckling

Låg



	juli 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	6,1%	4,8%

Mellan



	juli 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	5,4%	2,0%

Premium



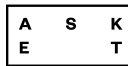
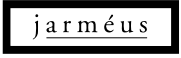
	juli 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	8,7%	6,3%

Månadens utveckling

juli

		juli 2026/2025	juli 2026/2024	Ackumulerat jan-jul 2026/2025	Ackumulerat jan-jul 2026/2024
Totalt	Kläder	6,7%	11,2%	4,1%	6,3%
	Skor	1,9%	15,7%	4,3%	9,5%
Fysisk handel	Kläder	4,9%	9,4%	3,4%	3,6%
	Skor	2,7%	16,2%	4,0%	8,8%
E-handel	Kläder	16,2%	20,5%	6,5%	16,1%
	Skor	-6,4%	10,4%	5,9%	13,3%
Dam	Kläder	9,8%	14,0%	7,0%	10,1%
	Skor	4,5%	22,3%	7,7%	13,1%
Herr	Kläder	3,6%	11,1%	3,2%	4,7%
	Skor	-1,3%	13,2%	-0,1%	5,0%
Barn	Kläder och skor	2,8%	4,4%	-2,8%	-1,8%
Låg	Kläder och skor	6,1%	x	4,8%	x
Mellan	Kläder och skor	5,4%	x	2,0%	x
Premium	Kläder och skor	8,7%	x	6,3%	x

Medverkande bolag 2026

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

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