

September 2026

STILINDEX

Bred uppgång för modehandeln i september

Modehandeln inledde hösten med ökad försäljning i både butik och på nätet. Enligt Svensk Handels Stilindex ökade klädförsäljningen med 6,2 procent och skoförsäljningen med 6,4 procent i september jämfört med samma månad förra året. Samtliga prissegment utvecklades positivt.

– September ger modehandeln en stark start på hösten. Vi ser hur konsumenterna på allvar började förbereda sig inför en ny årstid med tydliga väderomslag. Nu hoppas vi att denna positiva trend håller i sig även kommande månader, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.

I de fysiska butikerna ökade klädförsäljningen med 5,9 procent och skoförsäljningen med 4,8 procent. På nätet var motsvarande ökning 6,9 respektive 10,9 procent.

– När hushållen får mer kvar i plånboken skapas utrymme att också prioritera sådant man vill köpa. September ger anledning till optimism inför resten av hösten, och vår förhoppning är att kläder och skor fortsätter att få ta plats i hushållens budget. Detta ska dock inte tas för givet, i horisonten ser vi nya kostnadsökningar som kan påverka hushållens konsumtion negativt. Kommande månader blir intressanta att följa, säger Sofia Larsen, vd på Svensk Handel.



September ger modehandeln en stark start på hösten. Vi ser hur konsumenterna på allvar började förbereda sig inför en ny årstid med tydliga väderomslag.

Sofia Larsen,
VD Svensk Handel

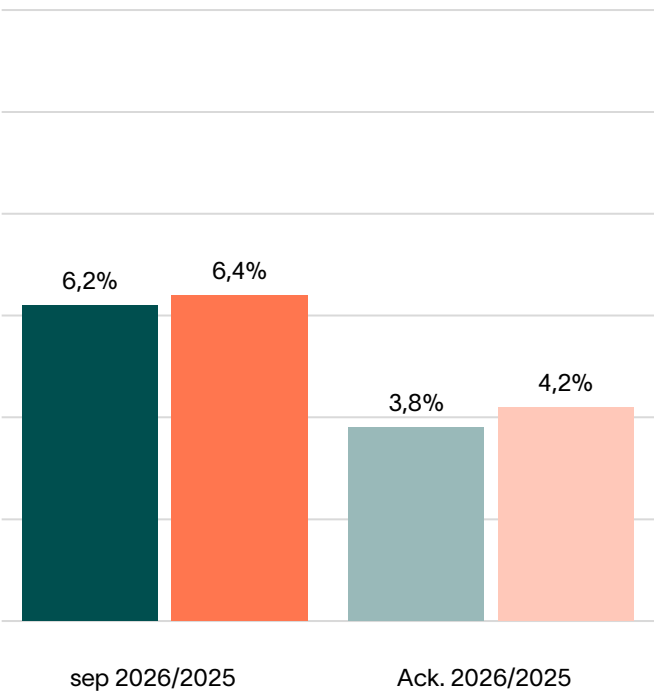


Månadens utveckling

september 2026-2025

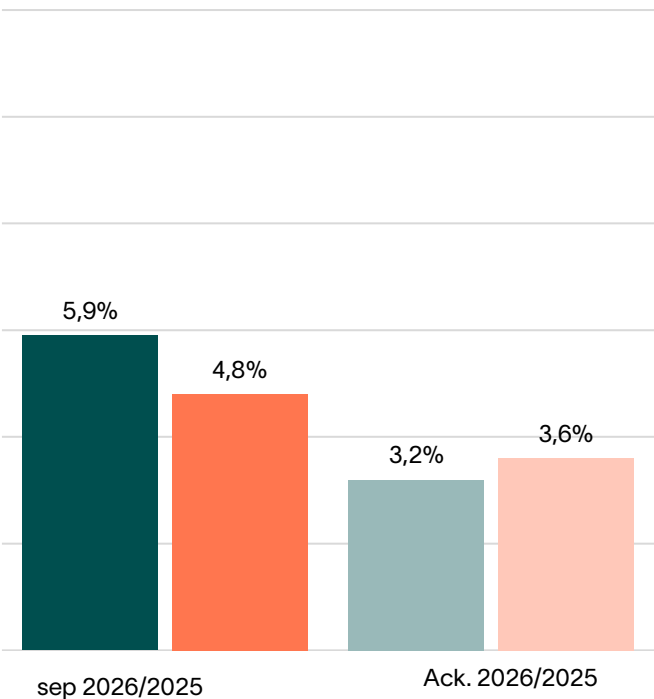
Total

Kläder Skor



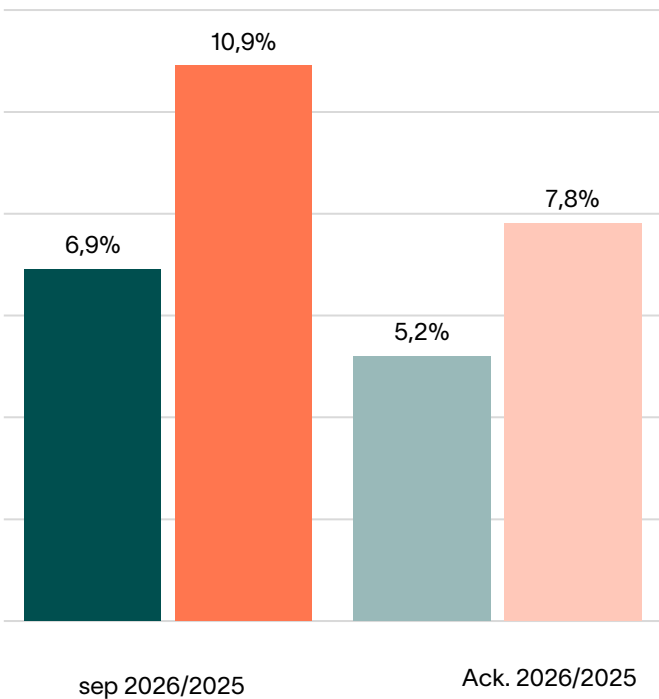
Fysisk handel

Kläder Skor



E-handel

Kläder Skor



Månadens utveckling

Dam



	sep 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder	8,0%	6,5%
Skor	9,4%	7,7%

Herr



	sep 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder	5,3%	3,3%
Skor	5,3%	0,1%

Barn



	sep 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	0,4%	-3,0%

Månadens utveckling

Låg



	sep 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	7,3%	4,8%

Mellan



	sep 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	5,0%	1,5%

Premium



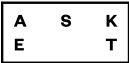
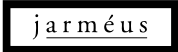
	sep 2026/2025	Ack. 2026/2025
Kläder & skor	2,5%	5,7%

Månadens utveckling

September

		sep 2026/2025	sep 2026/2024	Ackumulerat jan-sep 2026/2025	Ackumulerat jan-sep 2026/2024
Totalt	Kläder	6,2%	13,5%	3,8%	7,1%
	Skor	6,4%	10,5%	4,2%	10,0%
Fysisk handel	Kläder	5,9%	9,1%	3,2%	4,2%
	Skor	4,8%	8,2%	3,6%	9,0%
E-handel	Kläder	6,9%	26,1%	5,2%	16,9%
	Skor	10,9%	17,5%	7,8%	15,4%
Dam	Kläder	8,0%	18,6%	6,5%	11,1%
	Skor	9,4%	19,3%	7,7%	14,7%
Herr	Kläder	5,3%	13,6%	3,3%	5,8%
	Skor	5,3%	6,6%	0,1%	5,1%
Barn	Kläder och skor	0,4%	-4,0%	-3,0%	-2,3%
Låg	Kläder och skor	7,3%	x	4,8%	x
Mellan	Kläder och skor	5,0%	x	1,5%	x
Premium	Kläder och skor	2,5%	x	5,7%	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	 DEICHMANN	ÅHLÉNS	Kappahl	MARTY	Thun's	Cassels		JOHN HENRIC	Stenströms.
BROTHERS	 MARQET	CELLBES OF SWEDEN	<i>Gudrun Sjödén</i>	Dressmann	VOLT	c'est normal™	 ICEBUG		 DIDRIKSONS
MINI RODINI	 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