JULHANDELSRAPPORTEN 2025

Historiskt stark julhandel står för dörren

hui.

Innehåll

01 Sammanfattning

02 HUIs julhandelsprognos

03 Julhandeln i perspektiv

Kontakt

William Lindquist

073-835 01 02

william.lindquist@hui.se

hui.

01 | Sammanfattning

Historiskt stark julhandel står för dörren

Efter ekonomiskt tuffa år och försiktig konsumtion är ljusglimtarna desto fler inför jul. Julhandeln 2025 väntas få ett rejält uppsving, drivet av starkare köpkraft och ökad optimism bland konsumenterna. Försäljningen i december spås öka med 5 procent jämfört med i fjol. För första gången i historien väntas julhandeln passera 100 miljardersvallen.

Det lackar mot jul, handelns viktigaste försäljningsperiod, och Julhandelsrapporten 2025 kommer med årets prognos över vad som väntas av julhandeln. Efter en lång period av återhållsamhet bland hushållen har konsumtionsnivåerna börjat öka. Som följd spås decemberförsäljningen växa.

- *Julhandeln 2025 sker i en tid av ekonomisk återhämtning. Lägre räntor och dämpad inflation gör att hushållen vågar konsumera igen. Regeringens höstbudget har dessutom förstärkt framtidstron, vilket stimulerar konsumtionen redan till jul. För första gången någonsin väntas decemberomsättningen överstiga 100 miljarder kronor, en historiskt stark julhandel står för dörren,* säger William Lindquist, expert på HUI Research.

Årets julhandelsprognos görs både i löpande och fasta priser. I löpande priser (värde) spås detaljhandeln växa med 5 procent i december. Dagligvaruhandeln förväntas öka med 5 procent och sällanköpsvaruhandeln med 4 procent. Försäljningen i fasta priser (volym) bedöms öka med 3 procent för detaljhandeln. Dagligvaruhandeln förväntas öka med 2 procent och sällanköpsvaruhandeln med 3 procent.

- *Julen är en av våra största mathögtider och med en något tjockare plånbok i år jämfört med i fjol väntas få kompromissa med den traditionsenliga julmaten. Konsumenterna har börjat vänja sig vid en ny och högre prisnivå, vilket väntas ge ett tydligt uppsving för dagligvaruhandeln i december,* säger William Lindquist.

Den kapitalkrävande sällanköpsvaruhandeln utvecklades negativt när konsumenterna tvingades dra åt svångremmen. Försäljningen har dock börjat vända uppåt och i december spås positiv tillväxt. Branschen utmanas däremot av utländsk konkurrens och att delar av julhandelsförsäljningen väntas ske under Black Friday snarare än i december.

- *På senare år har många tidigarelagt julklappsinköpen till Black Friday och november har vuxit på bekostnad av decembers julhandel. Det kampanjorienterade beteendet bland konsumenterna består, men stärkt köpkraft och uppdämt konsumtionsbehov bådar ändå gott för en positiv decemberförsäljning i sällanköpsvaruhandeln,* avslutar William Lindquist.

hui.

HUIs julhandelsprognos 2025	Löpande priser	Fasta priser
Detaljhandeln	5%	3%
Dagligvaruhandeln	5%	2%
Sällanköpsvaruhandeln	4%	3%

Avser prognos över försäljningsutveckling i december 2025, jämfört med december 2024.

Detaljerad prognos - se sida 8

Om prognosen

HUI presenterar årligen en prognos över hur julhandeln förväntas utvecklas.

Med julhandel avses **all försäljning som sker under december månad** inom dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln.

Det sker såklart försäljning i december med andra ändamål än julen. På samma sätt sker viss del av julhandeln före december.

Perioden runt jul är handelns främsta sett till försäljning. Prognosen i Julhandelsrapporten visar vad som kan förväntas av försäljningsperioden och inkluderar fysisk handel och e-handel.

Dagligvaruhandel: Mestadels livsmedel. I julhandelsprognosen inkl. alkoholförsäljning.
Sällanköpsvaruhandel: Exempelvis klädhandel, möbelhandel, sporthandel och bokhandel.
Detaljhandel: Dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel.

Vad menas med julhandel?

I prognoserna avser julhandel all försäljning som sker i detaljhandeln under december månad.

Hur läses prognosen?

Prognosen visar försäljnings-utveckling jämfört med samma period föregående år.

Löpande priser avser utvecklingen i försäljningsvärde.

Fasta priser visar försäljnings-utvecklingen exklusive prisförändringen.

hui.

02 | HUIs julhandelsprognos

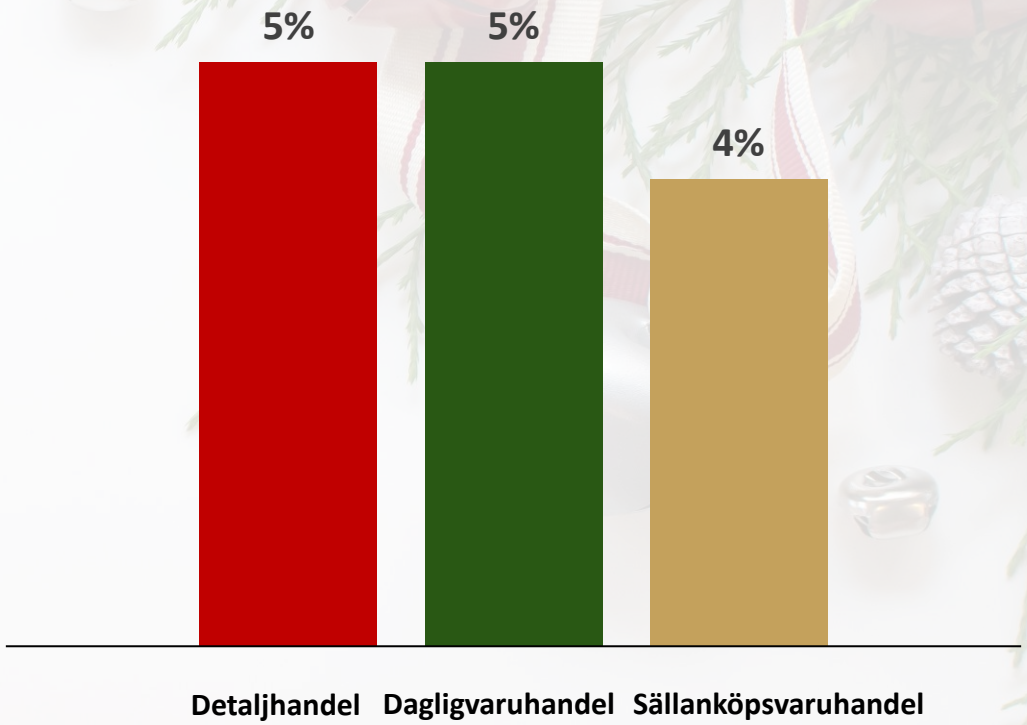
Julprognos 2025: Historiskt stark julhandel står för dörren

Hittills i år har konsumtionen varit låg i kölvattnet av inflationschock och levnadskostnadskris. Lagom till jul är dock ljusglimtarna många. Köpkraften har stärkts bland konsumenterna, spenderingsviljan har ökat och detaljhandelsförsäljningen har vuxit. Den ekonomiska förbättringen präglar årets julhandel, som spås ett rejält uppsving.

För handeln är julen årets viktigaste försäljningsperiod. Prognosen för **detaljhandeln** är att julhandelsförsäljningen i december ökar med 5 procent jämfört med föregående år.

Enligt prognosen bedöms försäljningen i **dagligvaruhandeln** öka med 5 procent i december. En lägre inflation och en stärkt köpkraft skapar utrymme för hushållen att spendera mer på julmaten jämfört med i fjol.

Decemberförsäljningen i **sällanköpsvaruhandeln** spås öka med 4 procent. Branschen som helhet har haft en tuff period under lågkonjunkturen, men utvecklingen har hittills i år vänt uppåt. Konsumenternas inköp av kapitalintensiva varor förväntas dock delvis att ske under novembers reaperioder snarare än i december.



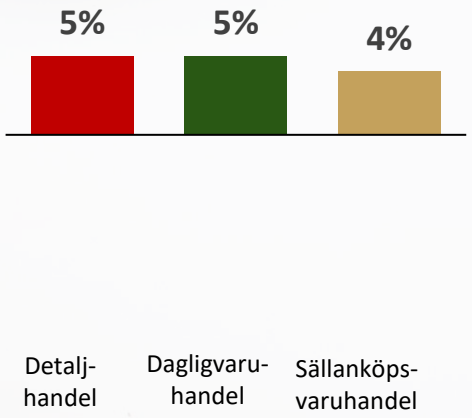
Källa: HUI prognos
(Löpande priser)

hui.

Julhandeln förväntas öka med 5 procent

Prognos 2025

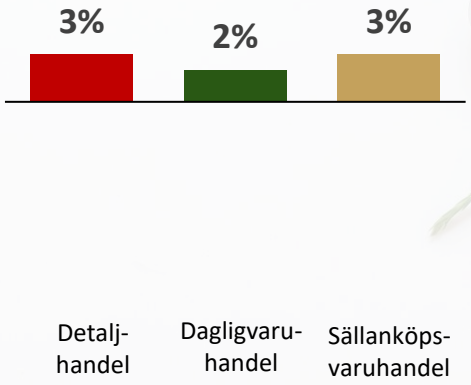
Löpande priser



Försäljningen i decemberhandeln spås öka med 5 procent i år. Konsumenternas större köputrymme ligger till grund för en stark tillväxt under handelns viktigaste försäljningsperiod.

Prognos 2025

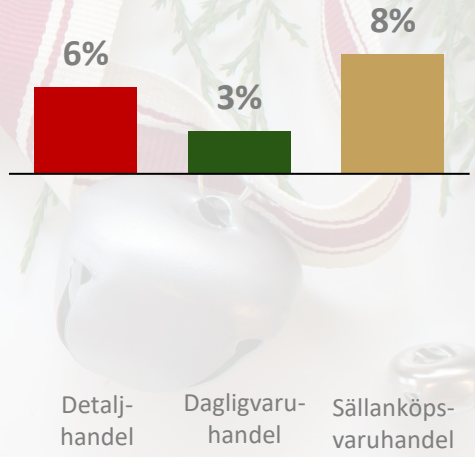
Fasta priser



Då inflationstakten nu har mattats av och befinner sig på en låg nivå bedöms även den prisjusterade julförsäljningen att öka. Med andra ord så växer alltså inte bara försäljningen i kronor, utan även mätt i volym.

Utfall 2024

Löpande priser



Fjolårets decemberhandel visade på ett kraftigt uppsving och överträffade prognosen. Försäljningen ökade i synnerhet inom sällanköpsvaruhandeln, som innan dess hade negativ månadsutveckling under december 2022 och 2023.

hui.

Dagligvaruhandeln:
Hushållen prioriterar julbordet

Under 2025 har den svenska ekonomin fortsatt att stabiliseras och hushållens köpkraft har gradvis stärkts. Geopolitisk oro har under året dämpat konsumtionsviljan och fått många hushåll att prioritera sparande framför konsumtion. Samtidigt har optimismen sakta återvänt, i takt med avmattad inflation och kommande skattesänkningar. Dagligvaruhandeln har utvecklats positivt, med tillväxt både i värde och volym. Inför julen har hushållen dessutom en starkare köpkraft än förra året, vilket gör att dagligvaruhandeln kan förvänta sig ökad aktivitet i butikshyllorna när julmat åter står i fokus.

Julen är en starkt traditionsbunden högtid där maten står i centrum. Inför årets julhandel har hushållen mer pengar över i plånboken jämfört med i fjol, och sitter på ett uppdämt behov av ett ordentligt julfirande. Efter flera år av hög inflation har prisökningstakten dämpats och konsumenterna vant sig vid en ny prisnivå, vilket väntas bidra positivt till försäljningen i dagligvaruhandeln under december. Många hushåll är fortsatt prismedvetna i sin julhandling och köper julklappar billigare under novembers reaperioder. Det innebär att de får mer pengar över att spendera på julmaten i december.

Julen är en social högtid, och firandet sprids ofta över flera tillfällen där familj och vänner samlas kring julmat och nyårsfest. Det gynnar både försäljning och volym för dagligvaruhandeln. Under de senaste åren har många svenskar blivit mer prismedvetna och ofta vägt pris mot kvalitet. Inför jul och nyår väntas traditionen och önskan om att njuta av den efterlängtade maten dock väga tyngre. Det innebär att hushållen unnar sig det som hör högtiderna till, julskinkan, delikatesserna och de festliga råvarorna, utan att kompromissa. Samtidigt väntas fler äta julbord på restaurang när de får mer pengar över, vilket tar en del av försäljningen i dagligvaruhandeln. Trots detta bedöms hushållen spendera mer i dagligvaruhandeln i december.

Gränshandeln fortsätter att utvecklas positivt, trots att den svenska kronan stärkts under året. Dagligvaruhandeln gynnas av att norska, finska och danska konsumenter väljer att spendera sina pengar i Sverige.

I december i fjol stod dagligvaruhandelns försäljning för 44 miljarder kronor, vilket motsvarade en tillväxt på 3 procent jämfört med året innan. I år väntas försäljningen i dagligvaruhandeln uppgå till 46 miljarder kronor. Prognosen för dagligvaruhandelns decemberförsäljning uppgår till +5 procent i löpande priser och +2 procent i fasta priser.

hui.

PÅVERKANSFAKTORER PÅ DAGLIGVARUHANDELN

- \+ Hushållens stärkta köpkraft väntas öka försäljningen av julmat i dagligvaruhandeln.
- \+ Hushållen har vant sig vid en högre prisnivå samtidigt som lägre ränta gynnar julhandeln.
- \+ Gränshandeln utvecklas positivt och gynnar i synnerhet dagligvaruhandeln.
- \+ Julbordet är för de flesta tradition och något som prioriteras, färre väntas i år substituera varor.
- — Hushållens köpkraft har fortfarande inte återhämtat sig till nivåerna före lågkonjunkturen.
- — Hushållen fortsätter att handla prismedvetet även när köpkraften förbättras.

+5%

Prognos för dagligvaru-handeln

Sällanköpsvaruhandeln:

Starkare ekonomi lyfter julhandeln

Inför julen ser hushållen mer optimistiskt på sin ekonomi än i fjol. Köpkraften har stärkts av lägre räntor och höstbudgeten bjöd på flera reformer som främjar konsumtion. Sällanköpsvaruhandeln möter ändå fortsatt en prismedveten konsument som vill maximera värdet för pengarna. Det starkare ekonomiska läget och en längtan efter att komma tillbaka till traditioner väntas ge ny kraft åt julhandeln som bedöms växa mot i fjol.

Leksakshandeln har, trots de senaste årens ekonomiska läge, haft positiv försäljningstillväxt i december både 2023 och 2024. Barnens julklappar är högt prioriterade och branschen breddar även produktkategorier för att nå nya åldersgrupper. Leksakshandeln bedöms ha en fortsatt positiv utveckling i årets julhandel.

Elektronik- och vitvaruhandeln växte med 8,4 procent i december 2024, delvis tack vare att Black Week-söndagen och Cyber Monday inföll då. I år infaller Cyber Monday, som är en stor handelsdag, den första december. Söndagens försäljning tillfaller däremot november och kan dämpa decemberförsäljningen något.

Modehandeln ökade med 6,3 procent under 2024 års julhandel, men har haft en tuff start på 2025. Branschen utmanas av utländsk lågprishandel och second hand-marknaden samtidigt som allt fler vänder sig till novembers reaperioder, snarare än mellandagsrean. Försäljningen förväntas vara i linje med fjolårets.

Sport- och fritidshandeln hade en stark december i fjol med 11 procents tillväxt. Sedan dess har försäljningen svängt mellan månaderna. Om vintertemperaturerna kommer lagom till december kan sporthandeln få en god utveckling, men om kylan i stället låter sig dröja blir december sannolikt mer utmanande för branschen.

Möbler och heminredning kan se ett uppsving till följd av de ROT-finansierade renoveringar som färdigställts under senhösten. Samtidigt fortsätter novembers reaperioder att fånga konsumenternas intresse och trender såsom ”novent” gör att inköpen av juldekorationer tidigareläggs. Sammantaget förväntas branschens julhandel vara något starkare än decemberförsäljningen i fjol.

Handel med brett sortiment inkluderar flera stora lågprisaktörer och har vuxit starkt när konsumenterna sökt prisvärda alternativ under lågkonjunkturen. Tillväxten har fortsatt även när hushållens ekonomi stärkts vilket tyder på att lågpris har blivit ett etablerat konsumtionsmönster. Trots en tillväxt på 11,8 procent i fjol bedöms julförsäljningen, som drivs av konsumenternas intresse att fynda julklappar till bra pris, öka även i år.

hui.

4%

Prognos för sällanköps-varuhandeln

DELBRANSCHERNAS FÖRSÄLJNINGSUTSIKTER

Pilens riktning avser förväntad försäljningsriktning i december 2025 jämfört med december 2024.

- **Leksakshandel** ↗
- **Elektronik- och vitvaruhandel** →
- **Modehandel** →
- **Sport- och fritidshandel** →
- **Möbel- och heminredningshandel** ↗
- **Handel med brett sortiment (lågprishandel)** ↗

Handel för 102 miljarder i december

Enligt årets prognos kommer det att spenderas för knappt 102 miljarder kronor i detaljhandeln i december. **Det motsvarar cirka 20 500 kronor per hushåll.** Försäljningen per person uppgår då till 9 600 kronor.

Det ekonomiska läget har förbättrats avsevärt jämfört mot i fjol. Hushållen har till följd av lägre räntor och sjunkande inflation ett större konsumtionsutrymme vilket gynnar julhandeln.

Under december månad spenderas mer pengar i detaljhandeln än under en genomsnittlig månad. Skillnaden kallas mervärdesförsäljning och anledningen stavas julhandeln. Mervärdes-försäljningen beräknas uppgå till **14,2 miljarder kronor** i december.

Det innebär att varje hushåll i snitt kommer att spendera cirka **2 800 kronor** mer under december än under en genomsnittlig månad.

Cirka 2 800 kronor

Extra förväntas hushållen spendera under december 2025, till skillnad från en vanlig månad

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
Total försäljning i december (miljarder kronor)	78,7	82,4	83,8	87,6	90,3	91,6	97,4	**101,8**
Försäljning per person (kronor)	7 700	8 000	8 100	8 400	8 600	8 700	9 200	**9 600**
Försäljning per hushåll (kronor)	16 900	17 500	17 500	18 100	18 500	18 600	19 700	**20 500**

Utfallet avser total försäljning under december och inkluderar därmed all detaljhandelsförsäljning under månaden, inklusive alkoholförsäljning.
**Avser värden med årets prognos.*

hui.

03 | Julhandeln i perspektiv

hui.

Julhandeln är höjdpunkten för många branscher

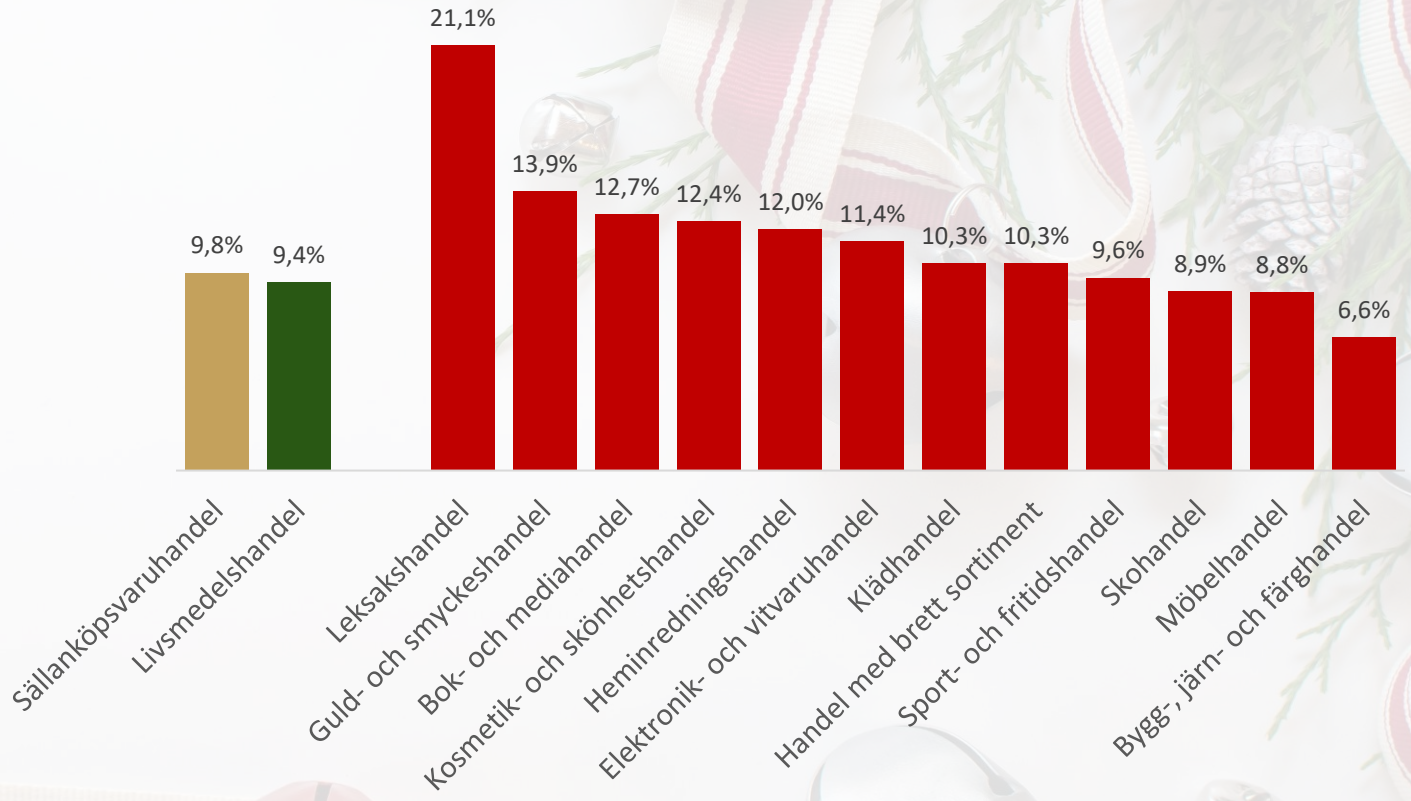
Julen är den mest betydelsefulla tiden på året för många branscher i detaljhandeln. Om försäljningen vore jämnt fördelad över året skulle varje månad stå för omkring 8 procent av försäljningen, men bland klapparna under julgranen är det tydligt vilka branscher som är mest populära. I december står leksakshandeln för 21 procent av sin årliga försäljning, en andel som vuxit de senaste åren. För bygg-, järn- och färghandeln är december å andra sidan årets försäljningsmässigt minsta månad.

Sällanköpsvaruhandeln har en försäljningsandel på 9,8 procent i december. De branscher som överstiger den har, liksom leksakshandeln, en tydlig plats bland julklapparna. Månadsandelen är dock inte statisk, utan förändras över tid. Till exempel påverkas elektronik- och vitvaruhandelns försäljning i december tydligt av hur Black Week och Cyber Monday är placerade, det vill säga om kampanjdagarna sker enbart i november eller fortsätter in i december.

Livsmedelshandelns försäljning i december uppgår till 9,4 procent av årsförsäljningen. Skillnaden kan tyckas liten jämfört med snittmånaden med tanke på att mat är ett centralt inslag under julhelgen. Räknat i kronor blir däremot skillnaden stor. Matkonsumtionen under julen ersätter i första hand vardagliga måltider och i december köps det generellt mer mat och fler säsongsbetonade livsmedel.

DECEMBER MÅNADS ANDEL AV HELA ÅRETS FÖRSÄLJNING PER BRANSCH

Avser snittvikt av branschförsäljningen i december 2018-2024, löpande priser.



Källa: Handelsfakta.se

hui.

Reaperioderna styr julhandeln

En allt större del av julhandeln sker tidigare på året. November har med sina kampanjerbjudanden etablerat sig som en viktig försäljningsmånad för julhandeln, en trend som förväntas fortsätta framöver.

Konsumtionen under november har under åren ökat på bekostnad av både fullprisförsäljning i december och mellandagsrean. Utvecklingen drivs i stor utsträckning av de tunga reaperioderna omkring Black Friday, vilka lockar konsumenter med attraktiva erbjudanden och uppmuntrar till julklappsinköp både online och i fysisk butik redan i november. Under 2023, då samtliga kampanjdagar låg under november månad, spenderade svenska hushåll för första gången mer på sällanköpsvaror i november än i december. Under 2024 inföll Black Week-söndagen och Cyber Monday i början av december, vilket gjorde att månaden återigen stod för den största andelen av julförsäljningen. I år sker Cyber Monday den 1 december, något som väntas ge decemberhandeln en extra skjuts när många konsumenter passar på att fynda under kampanjperiodens slutspurt.

Efter en längre period av ökat sparande visar hushållen åter tecken på stärkt konsumtionsvilja, stödd av en dämpad inflation och kommande skattesänkningar. Samtidigt väntas hushållens prismedvetenhet bestå även när ekonomin vänder uppåt och köpkraften stärks. För många ses Black Friday som ett tillfälle att maximera värdet av sina pengar under en period med extra höga utgifter.

NOVEMBER MÅNADS ANDEL AV FÖRSÄLJNINGEN I SÄLLANKÖPSVARUHANDELN UNDER ÅRETS TVÅ SISTA MÅNADER

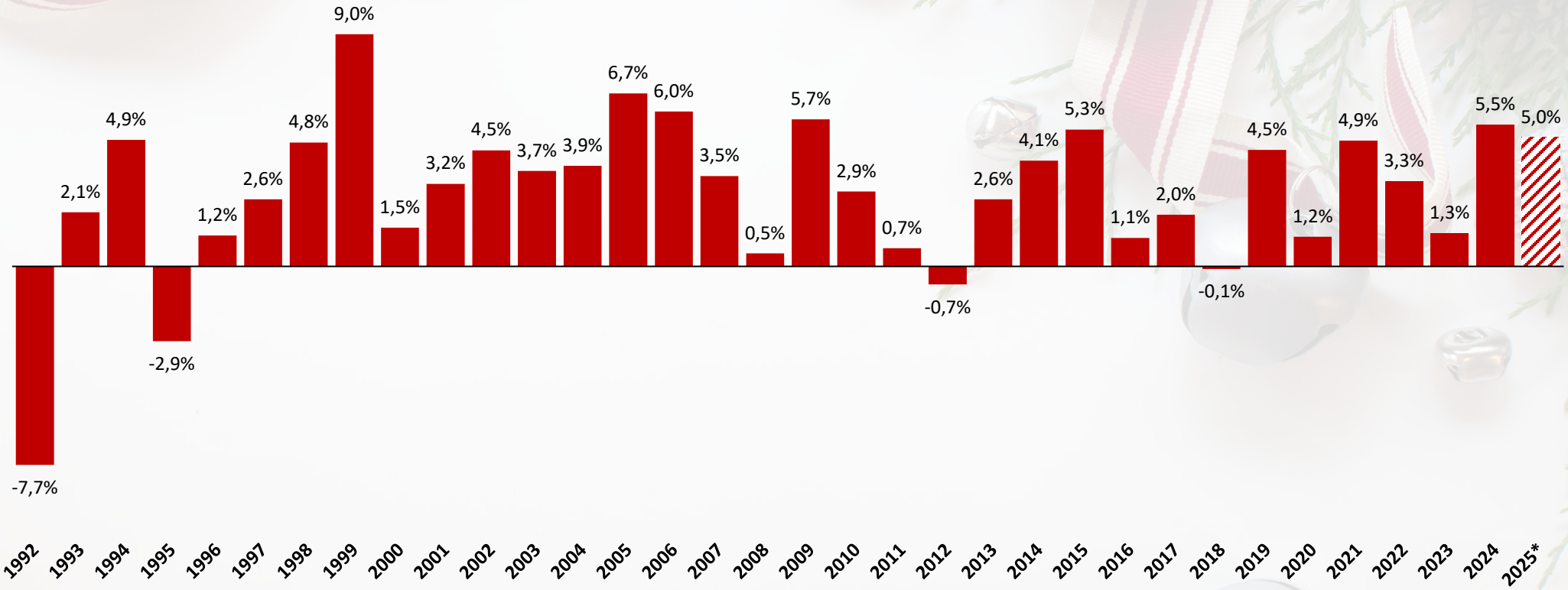
Mätt som försäljningsandel under perioden november och december, 1993-2024.

Källa: SCB DHI 1993-2017/Detaljhandelns försäljning, Handelsfakta.se 2018-2024.

hui.

Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

Avser försäljningstillväxt jämfört med samma period föregående år, löpande priser.

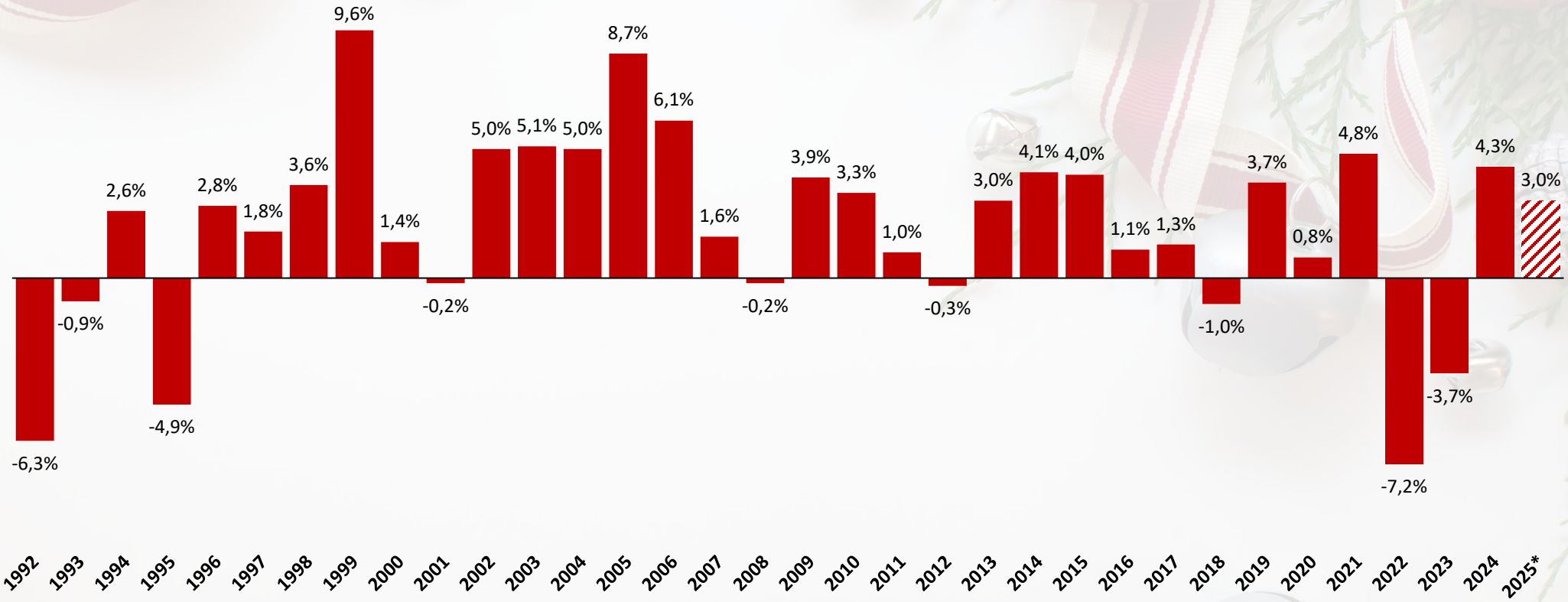


Källa: SCB DHI 1992-2018, Detaljhandelns försäljning, Handelsfakta.se 2019-2024.
*HUI prognos.

hui.

Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

Avser försäljningstillväxt jämfört med samma period föregående år, **fasta priser**.



Källa: SCB DHI 1992-2018, Detaljhandelns försäljning, Handelsfakta.se 2019-2024 fastprisberäknad.
*HUI prognos.

hui.

God Jul!

Kontakt

William Lindquist

073-835 01 02

william.lindquist@hui.se

hui.