

hui

JULHANDELSRAPPORTEN 2026

Köpstarka hushåll lyfter julhandeln till rekordnivåer

Innehåll

Sammanfattning

Julhandeln i perspektiv

Julhandelsprognos 2026

Kontakt

William Lindquist
073-835 01 02
william.lindquist@hui.se

Julia Alm
076-113 41 38
julia.alm@hui.se

hui



Sammanfattning

hui



Köpstarka hushåll lyfter julhandeln till rekordnivåer

Efter några ekonomiskt tuffa år går hushållen mot en jul med mer pengar i plånboken. Sänkt livsmedelsmoms, låg inflation samt stigande reallöner stärker köpkraften och konsumtionsviljan, vilket väntas ge julhandeln ett tydligt lyft. Försäljningen i december bedöms uppgå till cirka 104 miljarder kronor och julhandeln väntas därmed slå rekord i år igen.

Det lackar mot jul, handelns viktigaste försäljningsperiod, och Julhandelsrapporten 2026 kommer med årets prognos över vad som väntas av julhandeln.

- *Förutsättningarna för årets julhandel är de bästa på flera år. Låg inflation och finanspolitiska stimulanser har förbättrat hushållens ekonomi och höjt konsumtionsviljan. Trots Riksbankens senaste räntehöjning väntas god försäljningstillväxt. Köpstarka hushåll väntas lyfta julhandeln till rekordnivåer,* säger William Lindquist, analytiker på HUI.

Årets julhandelsprognos görs i volym och värde (fasta och löpande priser). I december spås detaljhandelns volymtillväxt vara 6 procent, rensat för prisförändringar. Dagligvaruhandeln väntas öka med 7 procent och sällanköpsvaruhandeln med 6 procent. I försäljningsvärde, inklusive prisförändringar, spås tillväxten bli 3 procent för detaljhandeln, 1 procent för dagligvaruhandeln och 5 procent för sällanköpsvaruhandeln.

Skillnaden mellan värde- och volymutvecklingen är särskilt stor i dagligvaruhandeln. Den sänkta livsmedelsmomsen håller nere försäljningsvärdet samtidigt som lägre priser ger hushållen möjlighet att köpa mer.

- *Julen är en av våra största mathögtider och i år möter hushållen betydligt lägre matpriser än inför förra julen, vilket pekar mot ett tydligt lyft för julmaten. Samtidigt stärker hushållens förbättrade ekonomi utsikterna för julklappshandeln,* säger Julia Alm, analytiker på HUI.

November har blivit en allt tydligare start på julhandeln och för sällanköpsvaruhandeln är nu november en lika stor försäljningsmånad som december. Kampanjerna tidigarelägger inköpen, vilket dämpar prognosen för december och understryker vikten av att se november och december som en sammanhängande julhandelsperiod.

- *Julhandeln tar fart långt innan december börjar. Black Week har blivit ett självklart tillfälle att köpa julklappar och hushållens jakt på erbjudanden består även när köpkraften stärks. Under Black Week handlar svenska hushåll för drygt 12 miljarder kronor mer än under en vanlig vecka,* avslutar William Lindquist.

Julhandelsprognos 2026

	Volym	Värde
Detaljhandeln	6%	3%
Dagligvaruhandeln	7%	1%
Sällanköpsvaruhandeln	6%	5%

Avser prognos över försäljningsutveckling i december 2026, jämfört med december 2025.

Detaljerad prognos - se sida 8

hui

Om Julhandelsrapporten

Vad menas med julhandel?

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

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 prognosen inkl. alkoholförsäljning.
Sällanköpsvaruhandel: Exempelvis klädhandel, möbelhandel och sporthandel.
Detaljhandel: Dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel.

Hur läses prognosen?

Prognosen avser försäljnings-utvecklingen jämfört med samma period föregående år.

Fasta priser avser utvecklingen i försäljningsvolym, exklusive prisförändringen.

Löpande priser avser utvecklingen i försäljningsvärde, inklusive prisförändringen.

hui

Julhandeln i perspektiv

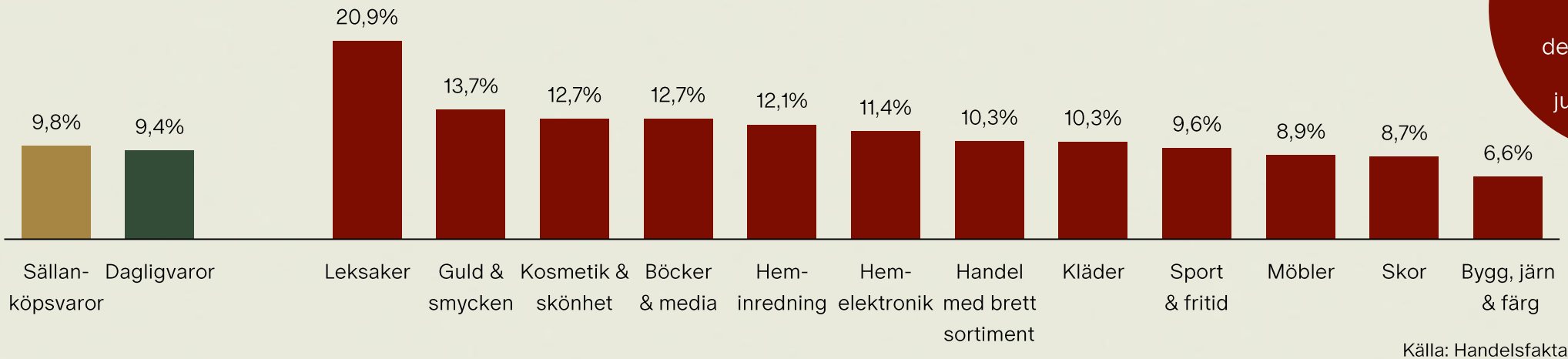
hui



Från decembertopp till en breddad julhandelsperiod

DECEMBER MÅNADS ANDEL AV HELA ÅRETS FÖRSÄLJNING PER BRANSCH

Avser snittvikt av branschförsäljningen i december 2018-2025, löpande priser.



Källa: Handelsfakta

66 kronor
av varje spenderad hundralapp i e-handeln i december bedöms ha gått till julklappar 2025*

Julhandeln sätter tydliga avtryck i många branschers försäljning. Om detaljhandelns försäljning vore jämnt fördelad över året skulle varje månad stå för drygt 8 procent. Tydligast är säsongstoppen i leksakshandeln, där december i genomsnitt står för omkring 21 procent av årets försäljning. Även guld och smycken, kosmetik och skönhet samt böcker och media har en tydlig jultopp.

Samtidigt börjar julhandeln allt tidigare. Hemelektronik och kläder är populära julklappskategorier, och många köper dessa redan under Black Week när priserna är nedsatta. 2026 infaller samtliga kampanjdagar i november vilket är ett tecken på att november kommer ta en större del av julklappshandeln.

En stor del av julhandeln sker online. Drygt två tredjedelar av onlineförsäljningen gick till julklappar i fjol. Nätets bekvämlighet och breda utbud bidrar till att många konsumenter väljer att leta efter och köpa julklappar där.

Dagligvaruförsäljning är undantaget. Mat är ett självklart inslag under julen, då konsumenterna tenderar att både köpa mer mat och fler säsongsbetonade livsmedel. Eftersom dagligvaruhandeln står för en stor del av detaljhandeln motsvarar den måttligt högre decemberandelen stora belopp i kronor.

hui

*PostNords E-barometern Q3 2025, Handelsfakta, Systembolaget. Egna beräkningar

Kampanjerna flyttar julhandeln från december till november

November har blivit en allt tydligare start på julhandeln. I dag sker närmare hälften av sällanköpsvaruhandelns försäljning under årets två sista månader redan i november. Black Friday har gått från att vara en enskild kampanjdag till en längre period av erbjudanden under november, som numera ofta benämns Black Month. I takt med att fler handlar under novembers kampanjperioder har novemberkonsumtionen ökat på bekostnad av andra kampanjer och försäljning i december, däribland mellandagsrean.

Kampanjdagarnas placering påverkar hur sällanköpsvaruhandelns försäljning fördelas mellan november och december. När alla kampanjdagar inföll i november 2023 handlade hushållen för första gången mer sällanköpsvaror i november än i december. Året därpå låg Cyber Monday i början av december, och december stod åter för den största delen av julförsäljningen. Även 2025 inföll Cyber Monday i december, men närmare hälften av sällanköpsvaru-handelns försäljning under november och december skedde ändå i november. Det visar hur starkt Black Week har etablerat sig i julhandeln. När alla kampanjdagar infaller i november 2026 väntas november väga ännu tyngre.

Hushållen går in i årets kampanjperiod med rekordstark köpkraft. Det ger utrymme för fler impulsköp, samtidigt som många fortsatt söker prisvärda erbjudanden. Black Month blir ett sätt att få julklappsbudgeten att räcka längre under en period med många utgifter.

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

Mätt som sällanköpsvaruhandelns försäljningsandel under perioden november och december, 1993-2025.



Källa: SCB DHI 1993-2017/Handelsfakta 2018-2025.

hui

Black Week ger 12 miljarder extra – inte bara på fredagen

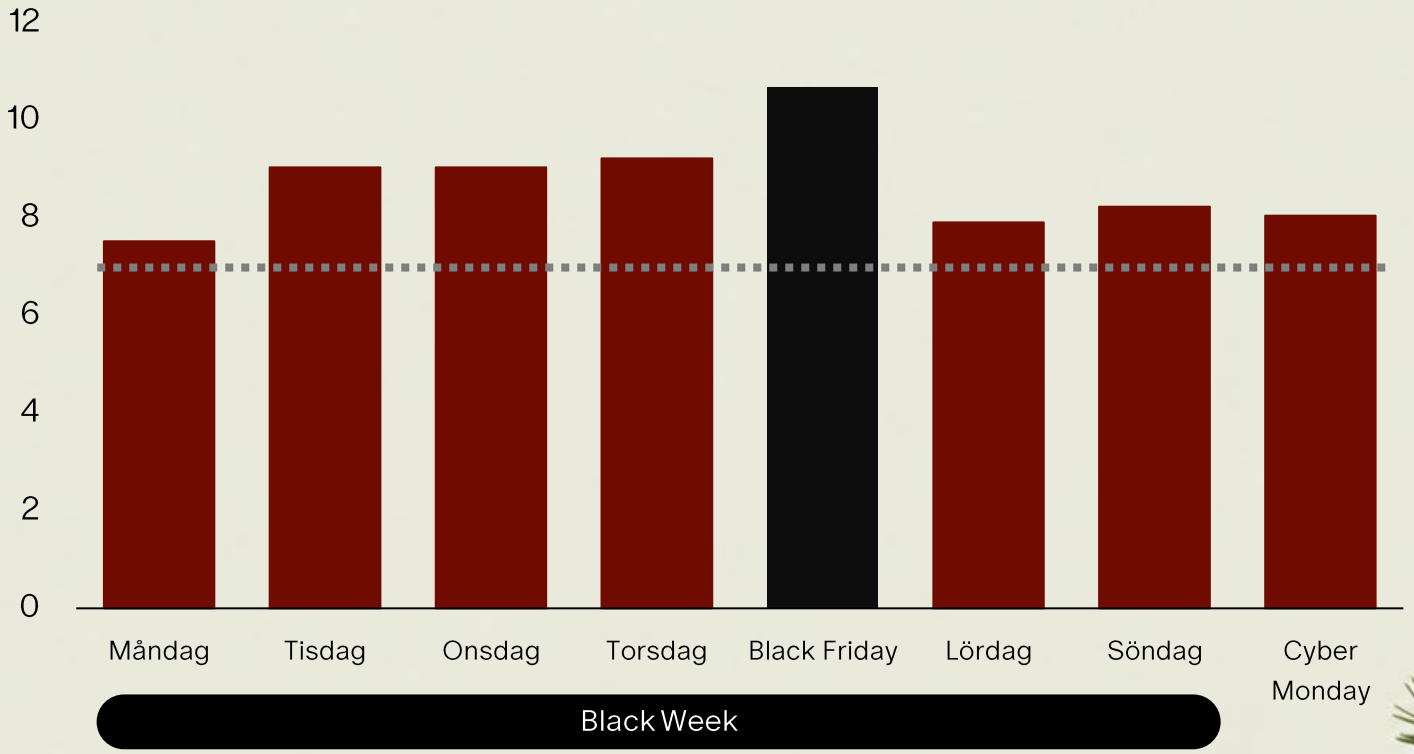
Black Week har vuxit från en enskild readag till en kampanjperiod som påverkar handeln under flera dagar. År 2025 uppgick hushållens totala konsumtion under Black Week till 61,6 miljarder kronor – 12,1 miljarder mer än en genomsnittlig vecka. Det motsvarar cirka 1 140 kronor extra per person. Black Friday stod för närmare en femtedel av hushållens konsumtion under Black Week, som här avser måndag till söndag. Konsumtionen var hög även under resten av veckan: samtliga dagar låg över 2025 års dagsgenomsnitt.

Sedan 2019 har konsumtionen vuxit särskilt mycket på söndagen, tisdagen och onsdagen. Att konsumtionen är hög redan före fredagen kan hänga ihop med att kampanjerna startar tidigare och att konsumenter vill hinna köpa eftertraktade varor till kampanjpris innan lagren riskerar att ta slut. Black Friday är veckans topp, medan erbjudandena lockar till köp under hela perioden.

December är fortsatt en central månad för julhandeln, men försäljningen fördelas över en längre period. För att förstå hur hela säsongen utvecklas behöver därför även Black Week räknas in. Det är särskilt relevant i år, när Cyber Monday infaller i november i stället för december. Trots kalenderförskjutningen väntas decemberhandeln öka med 6 procent mätt i volym.

HUSHÅLLENS KONSUMTION UNDER BLACK WEEK OCH CYBER MONDAY

Total daglig konsumtion under Black Week och Cyber Monday 2025, miljarder kronor, löpande priser. Den streckade linjen visar den genomsnittliga dagskonsumtionen 2025, som uppgick till cirka 7,1 miljarder kronor.



Källa: SCB

hui

Julhandelsprognos 2026

hui



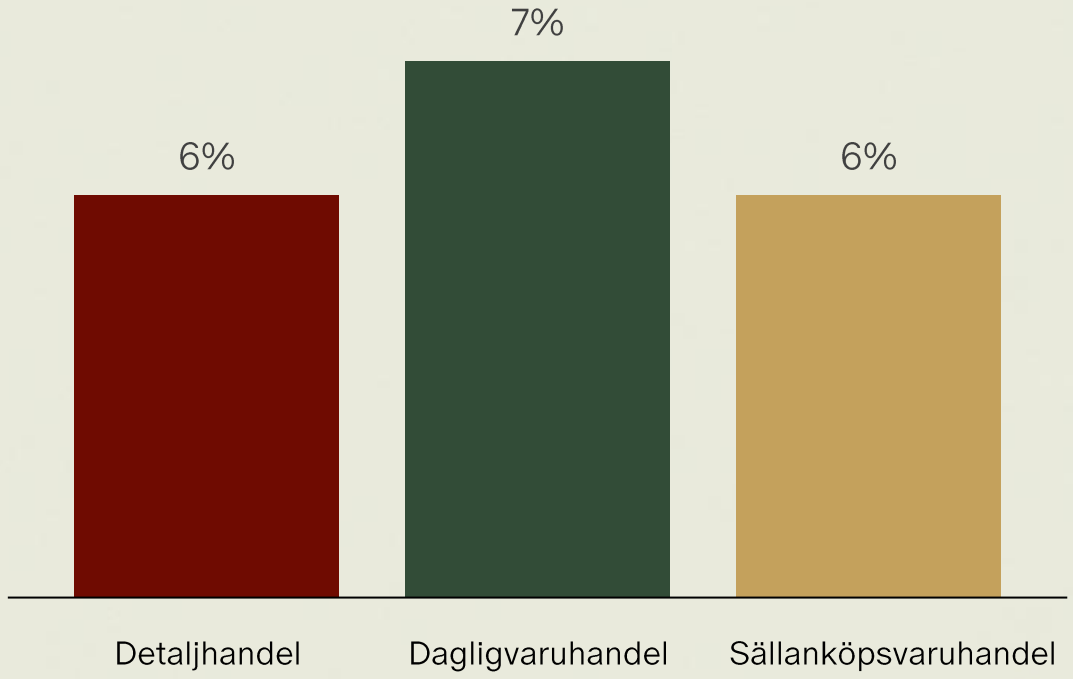
Köpstarka hushåll lyfter julhandeln till rekordnivåer

Årets julhandel väntas nå rekordnivåer. Stärkt köpkraft och ökad konsumtionsvilja ger handeln medvind inför årets viktigaste försäljningsperiod. Samtidigt gör lägre matpriser att pengarna räcker längre, vilket ger hushållen större utrymme för både julbordet och klapparna under granen.

Försäljningsvolymen i detaljhandeln väntas öka med 6 procent i december jämfört med föregående år, rensat för prisförändringar.

I dagligvaruhandeln spås försäljningsvolymen öka med 7 procent. Livsmedelspriserna är omkring 6 procent lägre än för ett år sedan, till stor del tack vare den halverade livsmedelsmomsen. Tillsammans med stärkt köpkraft gör det att hushållens pengar räcker längre till julmaten.

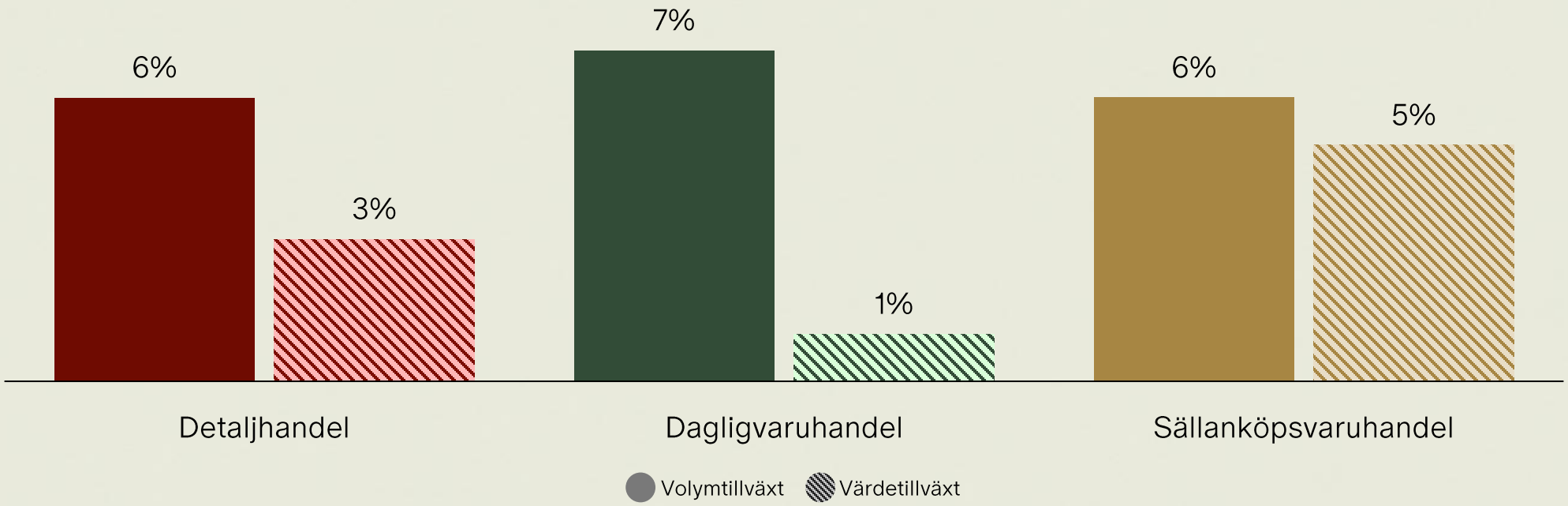
För sällanköpsvaruhandeln väntas decemberförsäljningen öka med 6 procent i volym. Branschen har gynnats av den breda konsumtionsuppgången och vuxit med omkring 7 procent hittills i år jämfört med i fjol. Samtidigt väntas delar av julinköpen, särskilt av dyrare varor, ske under novembers reaperioder. Det håller tillbaka tillväxten i december.



Källa: HUI prognos, volymutveckling (fasta priser)

hui

Julhandeln prognostiseras öka med 6 procent



Hushållens större köputrymme bäddar för ett tydligt lyft under handelns viktigaste försäljningsperiod. Försäljningen i december väntas öka med 6 procent rensat för prisförändringar och med 3 procent i kronor. Tillväxten drivs därmed av att konsumenterna köper mer, samtidigt som lägre priser dämpar ökningen i försäljningsvärde.

Skillnaden mellan värde- och volymutvecklingen är särskilt stor i dagligvaruhandeln. Den sänkta livsmedelsmomsen ger lägre priser och utrymme att köpa mer, men håller samtidigt tillbaka omsättningstillväxten i kronor.

Matmomsen ger skjuts åt volymen i dagligvaruhandeln

Inför julen 2026 är hushållens köpkraft rekordstark. Reallönerna fortsätter att stiga, samtidigt som den sänkta matmomsen och andra finanspolitiska stimulanser ger hushållen mer utrymme i plånboken. Det skapar goda förutsättningar för dagligvaruhandeln att växa under en av årets viktigaste matperioder.

+7%
försäljningsvolym december 2026

Julen är en tid full av traditioner, där maten står i centrum. Den halverade matmomsen har fått fullt genomslag i butikshyllorna, vilket innebär att hushållen kan handla mer julmat för pengarna. Julbordet är för många en viktig tradition och något man gärna prioriterar även efter flera år av hög inflation och stigande matpriser. Hushållen har vant sig vid en högre prisnivå och fortsätter att vara prismedvetna, men i år väntas färre behöva byta ut julmatsvaror mot billigare alternativ. Den förbättrade köpkraften ger fler hushåll möjlighet att hålla fast vid sina traditioner.

Julmaten handlar inte bara om själva julafton. Firandet sprids ofta över flera tillfällen, med julbord och nyårsfest tillsammans med familj och vänner. Det bidrar till att efterfrågan på dagligvaror hålls uppe under hela december. Samtidigt väljer en del hushåll att äta julbord på restaurang i stället för att ordna allt hemma. Det påverkar var maten konsumeras, men bedöms inte förändra den totala försäljningen i dagligvaruhandeln i större utsträckning.

Gränshandeln fortsätter att bidra till försäljningsvolymerna. Norska, finska och danska konsumenter väntas göra en större del av sina matinköp inför jul i Sverige, vilket ger volymerna ett extra lyft.

För dagligvaruhandeln betyder det tydlig volymtillväxt i december. Försäljningen väntas öka med 7 procent i fasta priser jämfört med 1 procent i löpande priser. Det beror på att lägre livsmedelspriser dämpar försäljningsvärdet, medan betydligt fler varor hamnar i kundvagnen.

- \+ Sänkt livsmedelsmoms gynnar volymförsäljningen.
- \+ Rekordstark köpkraft väntas öka försäljningen av julmat i dagligvaruhandeln.
- \+ Hushållen har vant sig vid en högre prisnivå.
- \+ Gränshandeln utvecklas positivt och gynnar i synnerhet dagligvaruhandeln.
- \+ Julbordet är en viktig tradition som många prioriterar. I år väntas färre hushåll byta ut varor mot billigare alternativ.
- – Hushållen fortsätter att jämföra priser och söka prisvärda alternativ, trots att köpkraften förbättras.

Stärkt köpkraft gynnar sällanköpsvaruhandeln

+6%
försäljningsvolym december 2026

Hushållens större konsumtionsutrymme väntas ge stöd åt sällanköpsvaruhandeln i december. Samtidigt är många konsumenter fortsatt prismedvetna och väntas prioritera inköp under kampanjperioder.

Leksaker
Julklappar till barn är en återkommande prioritering hos hushållen och stärker leksakshandeln under december. Efter fjolårets nedgång väntas försäljningen i en annars utmanad bransch att stabiliseras.

Hemelektronik
Försäljningen väntas bli något svagare i december, dels för att jämförelsemånaden i fjol var stark, dels för att Black Weeks kampanjdagar ligger i november. Det betyder inte att intresset för produkterna har minskat, utan att rabatterna påverkar när inköpen sker.

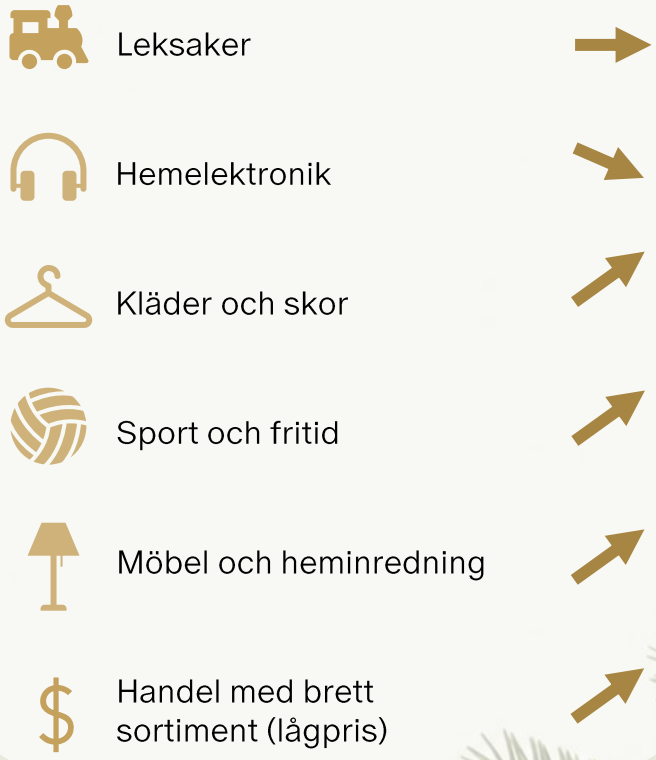
Kläder och skor
Kläder och skor är etablerade julklappar som gynnas av sena köp nära julafton. Prismedvetenheten bromsar dock, många väntar på kampanjer eller väljer lågpris och second hand. Sammantaget väntas försäljningen öka måttligt.

Sport och fritid
Här väntas ett av de tydligaste försäljningslyften. Vädret väntas bli en viktig drivkraft: kyla och snö ökar behovet av vinterkläder och utrustning för vintersport, och flera långtidsprognoser pekar i år mot en kall vinter i Norden.

Möbler och heminredning
Stärkt köpkraft och en bostadsmarknad som tagit fart väntas fortsatt ge stöd åt branschen även i december. Novemberkampanjer kan tidigarelägga vissa inköp, men decemberutvecklingen väntas ändå vara positiv.

Handel med brett sortiment
Här väntas det tydligaste lyftet, eftersom lågpris fortsätter att vara ett självklart val även när privatekonomin förbättras. Det breda sortimentet passar för prisvärda julklappar och mindre köp, exempelvis till julklappslekar.

Pilens riktning avser förväntad försäljningsriktning i december 2026 jämfört med december 2025.



hui

Handeln väntas nå 104 miljarder i december

Enligt årets prognos väntas det handlas för drygt 104 miljarder kronor i detaljhandeln i december 2026. Det motsvarar närmare 20 900 kronor per hushåll, eller 9 800 kronor per person.

Decemberkonsumtionen motsvarar mer än under en vanlig månad. Förklaringen till mervärdesförsäljningen står julhandeln för. I år väntas den uppgå till 15,3 miljarder kronor.

Det betyder att varje hushåll i snitt handlar för cirka 3 100 kronor mer i december än under en vanlig månad.

3 100 kr
mer väntas hushållen spendera i december 2026 än under en vanlig månad

15,3 mdkr
mer i decemberhandeln än under en genomsnittlig månad

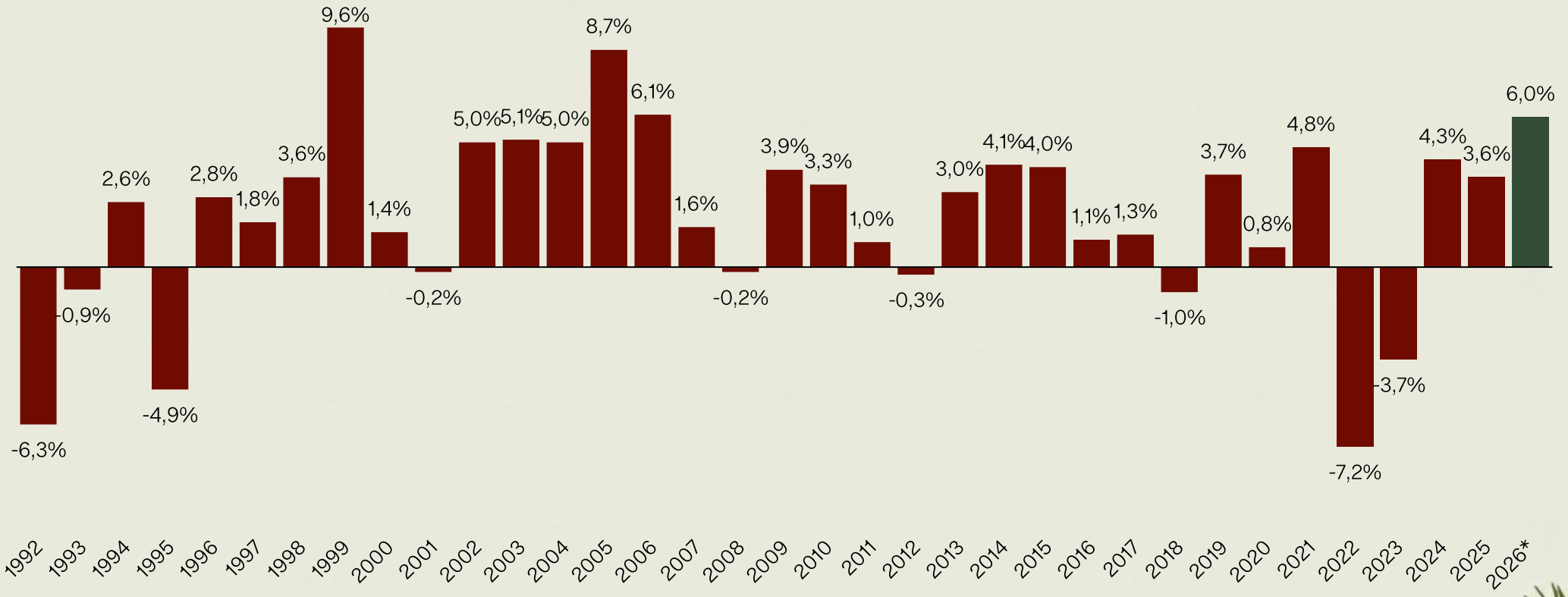
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026*
Total försäljning i december (miljarder kronor)	78,7	82,4	83,8	87,6	90,3	91,6	97,4	100,5	**104,5**
Försäljning per person i december (kronor)	7 700	8 000	8 100	8 400	8 600	8 700	9 200	9 600	**9 800**
Försäljning per hushåll i december (kronor)	16 900	17 500	17 500	18 100	18 500	18 600	19 700	20 400	**20 900**

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

hui

Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

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

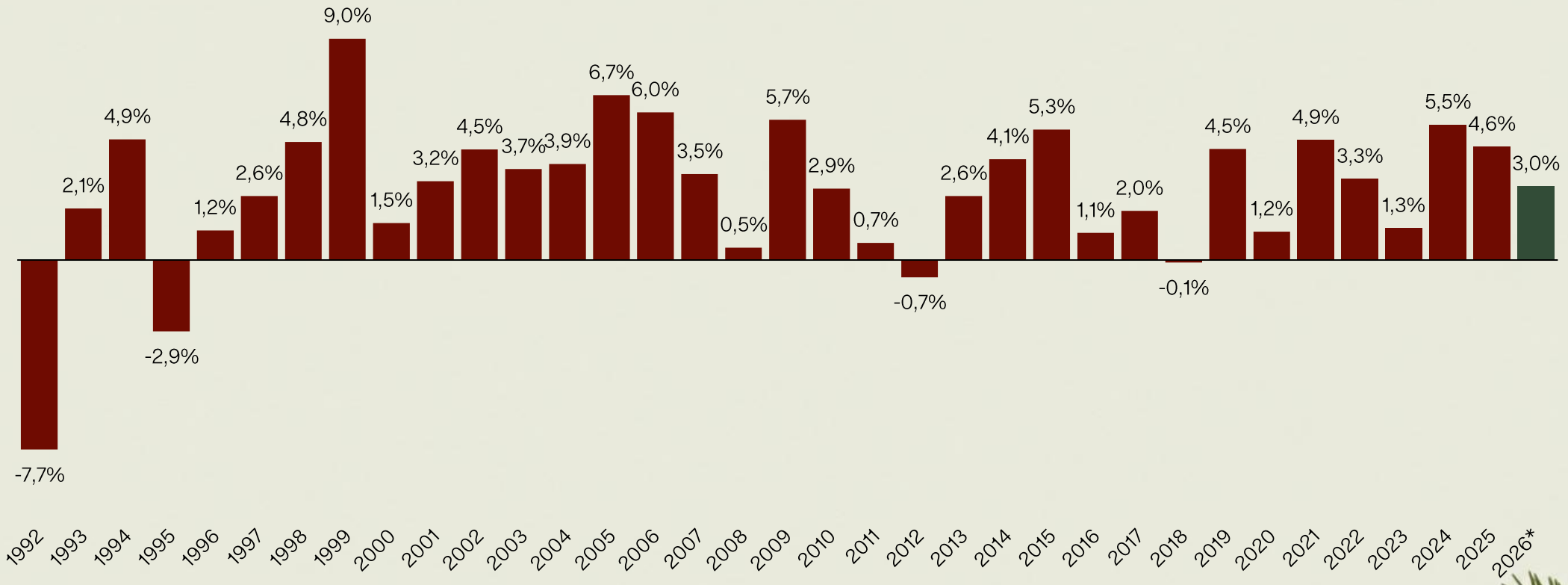


Källa: SCB DHI 1992-2018, Handelsfakta 2019-2025, fastprisberäknad. *HUI prognos.

hui

Detaljhandelns historiska tillväxttal i december

Avser försäljningstillväxt jämfört med samma period föregående år, **värdetillväxt (löpande priser)**.



Källa: SCB DHI 1992-2018, Handelsfakta 2019-2025. *HUI prognos.

hui

God Jul!



Kontakt

William Lindquist
073-835 01 02
william.lindquist@hui.se

Julia Alm
076-113 41 38
julia.alm@hui.se

hui