

Mars 2025

PRE LOVED



SH Svensk
Handel

Fortsatt svagare försäljning än i fjol

Second hand-försäljningen i mars: Försäljningstapp på över 20 procent

För andra månaden i rad kunde vi observera en tydligt lägre försäljning inom second hand jämfört med motsvarande månad förra året. Vi såg nedgång i samtliga produktkategorier, både vad gäller försäljning samt andelen konsumenter som hade handlat.

Second hand på nätet, som vi tidigare konstaterat är den största försäljningskanalen inom segmentet, ökade trots lägre försäljning sin andel av den totala marknaden under årets första tre månader. I mars stod kanalen för 65 procent av försäljningen under månaden – upp från 59 procent året innan. Det verkar därför som att försäljningen av second hand på nätet är mer stabil än i de fysiska butikerna.

På produktnivå såg vi genomgående en lägre försäljning i mars än under motsvarande månad förra året. För första kvartalet som helhet var försäljningstappet störst inom kategorin sport- och fritid, som backade 35 procent, medan heminredning och möbler endast tappade 8 procent. Det skiljde sig därför en del beroende på produktkategori, men lika för samtliga var att försäljningen sjönk.

Med en förhållandevis god försäljningsutveckling i sällanköpsvaruhandeln under inledningen på året, kombinerat med en stark e-handelsutveckling i mars, är det svårt att inte börja fundera kring om vi väljer bort second hand till förmån för nya produkter. Även om osäkerheten i omvärlden är stor, har hushållen trots allt successivt fått det bättre under det senaste året. Detta kan – åtminstone på kort sikt – innebära ett minskat intresse för second hand.



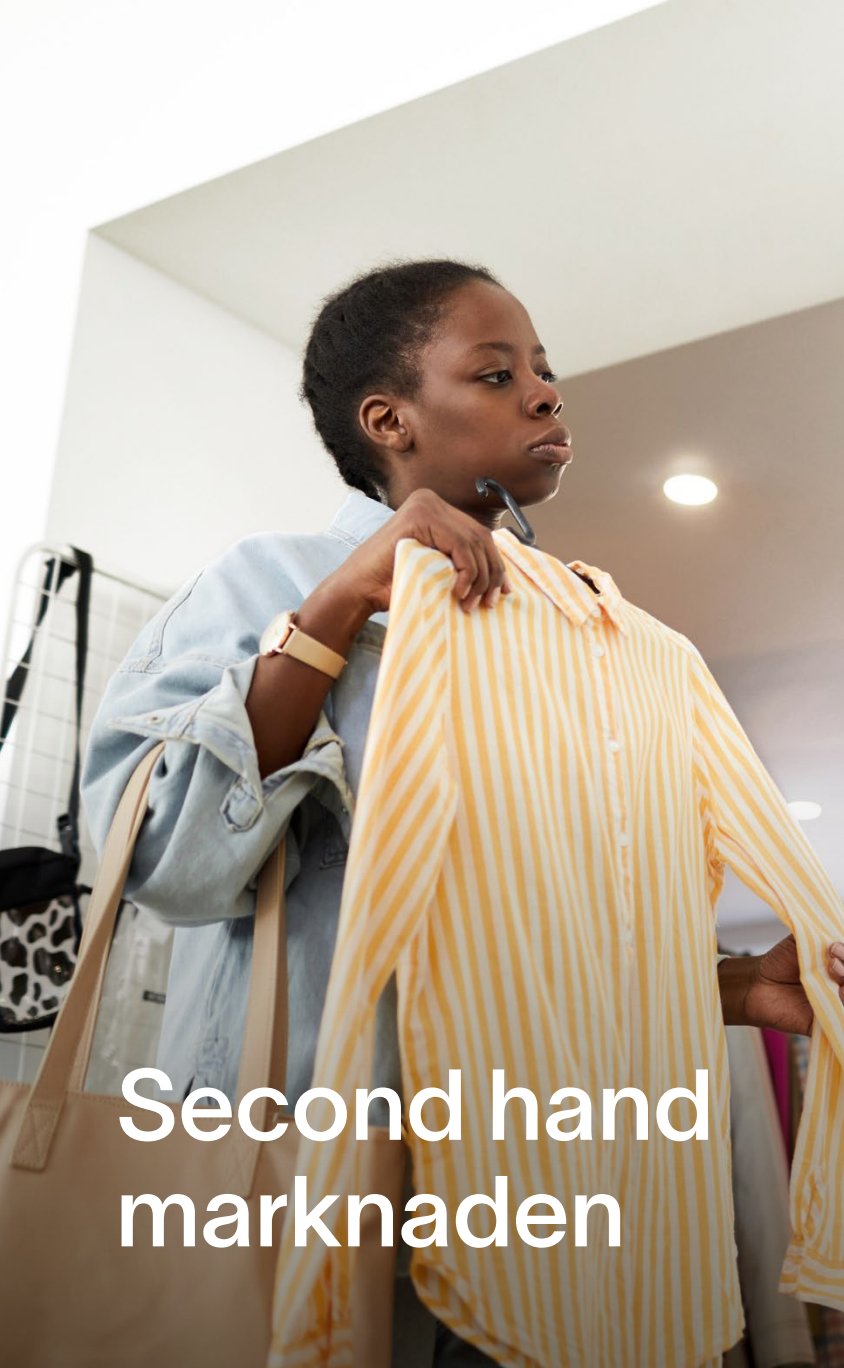
Även om osäkerheten i omvärlden är stor, har hushållen trots allt successivt fått det bättre under det senaste året.



Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Om rapporten

Pre Loved-indikatorn är Svensk Handels månatliga analys av den svenska second hand-marknaden. Rapporten belyser omsättningssiffror, konsumtionsmönster och de mest populära kategorierna inom begagnathandeln. Målet är att ge en tydlig och aktuell bild av marknadens utveckling.



1,2 miljarder

Total omsättning i mars 2025 i svenska kronor

346 miljoner

Omsättning inom
mode i mars
i svenska kronor

2 av 10

Så många konsumenter
uppgår att de handlat
begagnat i mars

5 av 10

Så många begagnat-
konsumenter har handlat
mode second hand i mars

Second hand marknaden

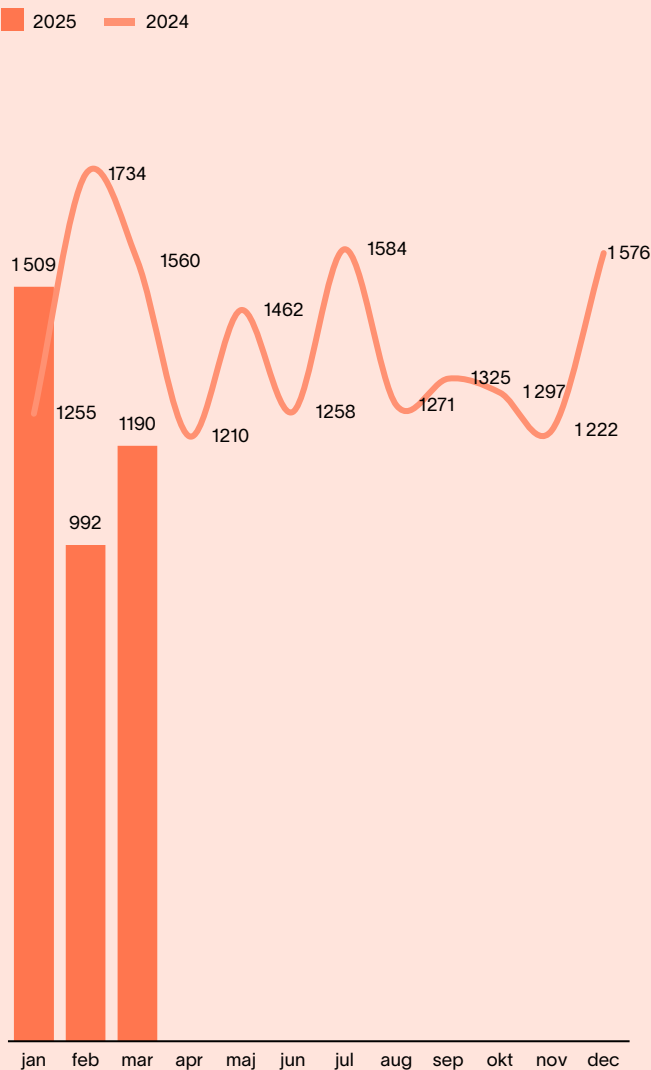
Tydlig studs upp i mars – men lägre försäljning än förra året

Den totala second hand-marknaden i Sverige i mars 2025 uppgick till en omsättning på 1190 miljoner kronor, och drygt 23 procent av befolkningen handlade second hand under månaden. Jämfört med mars förra året, då omsättningen var 1560 miljoner kronor och andelen som handlade var drygt 32 procent, hade omsättningen minskat med 370 miljoner kronor och andelen som handlade hade minskat med nära 9 procentenheter.

Jämfört med föregående månad (februari), då omsättningen var 992 miljoner kronor och andelen som handlade var drygt 25 procent, hade omsättningen ökat med 198 miljoner kronor och andelen som handlade hade minskat med cirka 2 procentenheter.

Under första kvartalet 2025 uppgick den totala second hand-marknadens omsättning till 3,7 miljarder kronor. Detta är en minskning med 858 miljoner kronor jämfört med motsvarande kvartal förra året, då omsättningen var över 4,5 miljarder kronor.

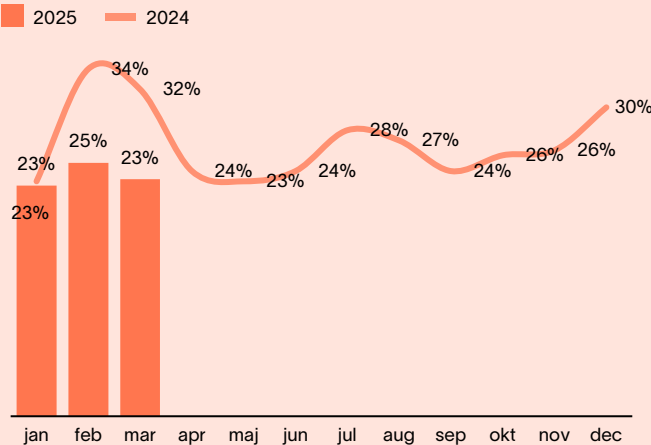
Omsättning per månad 2024-2025 (mkr)



För andra månaden i rad kunde vi observera en tydligt lägre försäljning inom second hand jämfört med motsvarande månad förra året.

Maria Mikkonen,
Chefsekonom Svensk Handel

Andel som har handlat per månad 2024-2025



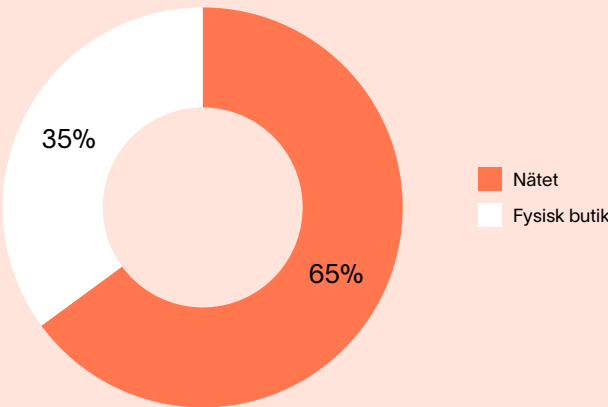
Lägre försäljning - men större del av kakan

Nätförsäljningen inom second hand i Sverige i mars 2025 uppgick till 773 miljoner kronor, vilket motsvarade 65 procent av den totala försäljningen. Jämfört med mars förra året, då nätförsäljningen var 923 miljoner kronor och andelen e-handel var 59 procent, hade försäljningen minskat med 150 miljoner kronor och andelen e-handel hade ökat med 6 procentenheter.

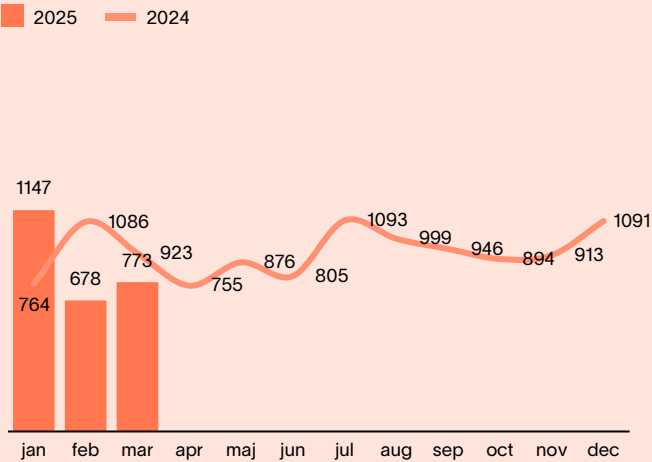
Jämfört med föregående månad (februari), då nätförsäljningen var 678 miljoner kronor och andelen e-handel var 68 procent, hade försäljningen ökat med 95 miljoner kronor och andelen e-handel hade minskat med 3 procentenheter.

Under första kvartalet 2025 uppgick nätförsäljningen inom second hand till 2,6 miljarder kronor. Jämfört med motsvarande kvartal förra året, då försäljningen var nära 2,8 miljarder kronor, hade försäljningen minskat med 176 miljoner kronor.

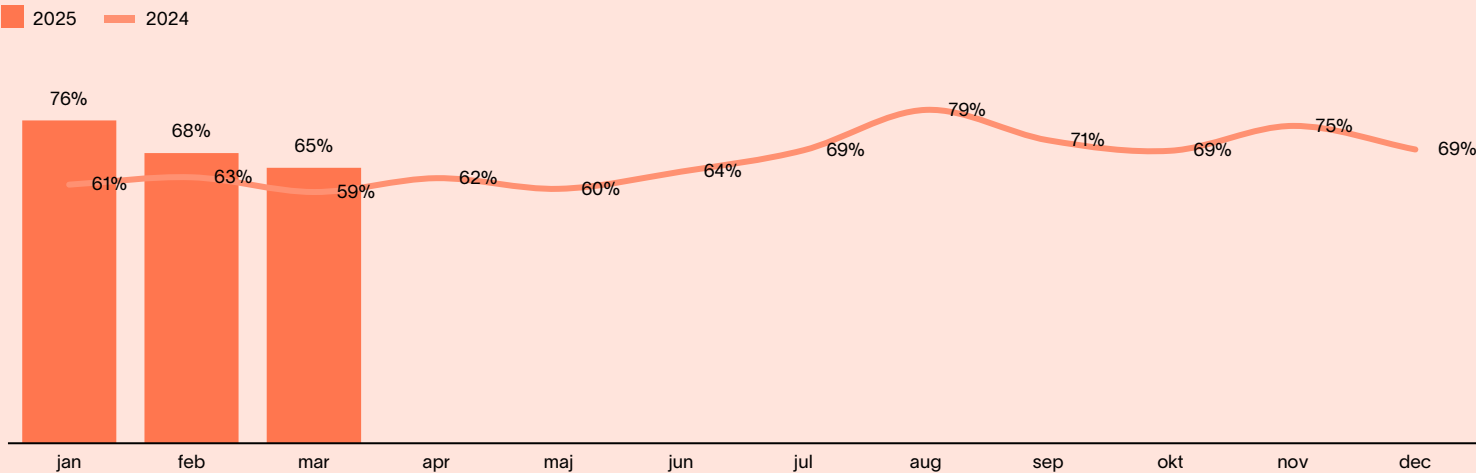
Omsättningsandel per kanal senaste månaden (procent)



Omsättning per månad (mkr)



E-handelns försäljningsandel



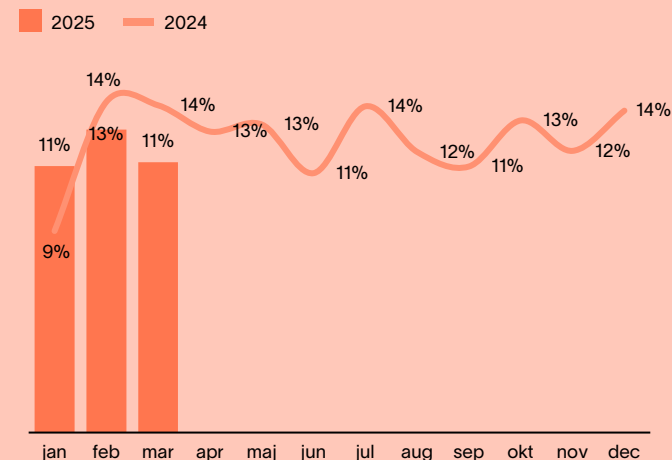
Försäljningen fortsätter sjunka

Försäljningen inom second hand-mode uppgick i mars till 346 miljoner kronor, och drygt 11 procent av befolkningen handlade second hand-mode under månaden. Jämfört med mars förra året, då försäljningen var 436 miljoner kronor och andelen som handlade var knappt 14 procent, hade försäljningen minskat med 90 miljoner kronor och andelen som handlade hade minskat med drygt 2 procentenheter.

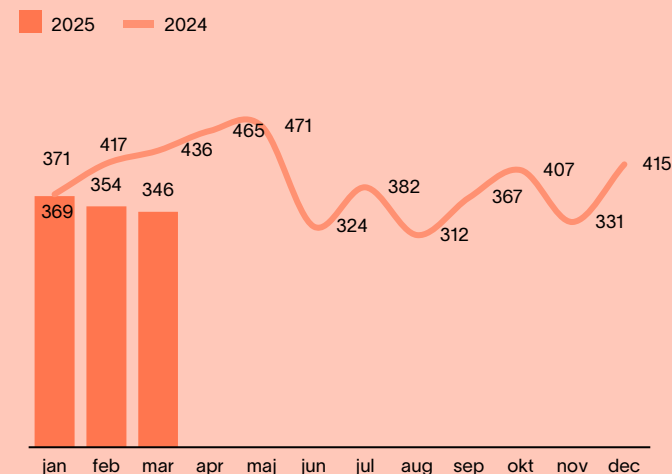
Jämfört med föregående månad (februari), då försäljningen var 354 miljoner kronor och andelen som handlade var knappt 13 procent, minskade försäljningen med 8 miljoner kronor och andelen som handlade sjönk med drygt 1 procentenhet.

Under första kvartalet 2025 uppgick försäljningen inom second hand-mode till 1 068 miljoner kronor. Förra våren visade en tydlig trend av ökande försäljning inom second hand-mode från januari till maj, följt av en nedgång under sommaren och en viss återhämtning på hösten. I år har trenden varit mer negativ med en minskning i försäljningen från januari till mars. Jämfört med motsvarande kvartal förra året, då försäljningen var 1224 miljoner kronor, hade försäljningen minskat med 155 miljoner kronor.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)



Stabil men lägre försäljning

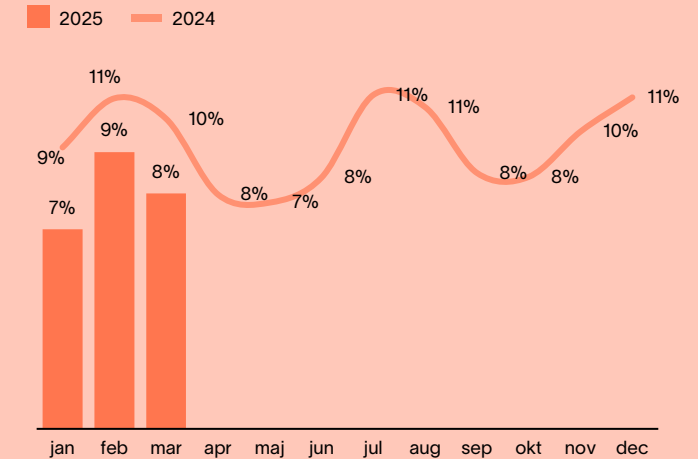


Försäljningen inom heminredning och heminredning m.m. second hand uppgick till 200 miljoner kronor i mars, och knappt 8 procent av befolkningen handlade i kategorin under månaden. Jämfört med mars förra året, då försäljningen var 216 miljoner kronor och andelen som handlade var drygt 10 procent, hade försäljningen minskat med 16 miljoner kronor och andelen som handlade hade minskat med drygt 2 procentenheter.

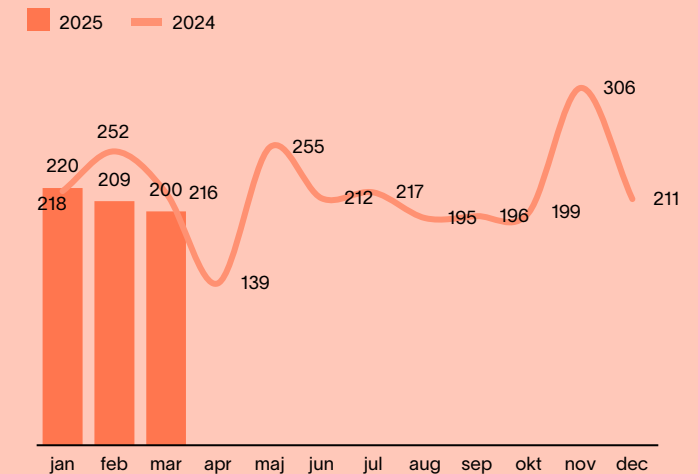
Jämfört med föregående månad (februari), då försäljningen var 209 miljoner kronor och andelen som handlade var drygt 9 procent, minskade försäljningen med 9 miljoner kronor och andelen som handlade sjönk med drygt 1 procentenhet.

Under första kvartalet 2025 uppgick försäljningen inom heminredning och heminredning m.m. second hand till 630 miljoner kronor. Jämfört med motsvarande kvartal förra året, då försäljningen var 686 miljoner kronor, hade försäljningen minskat med 57 miljoner kronor.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)



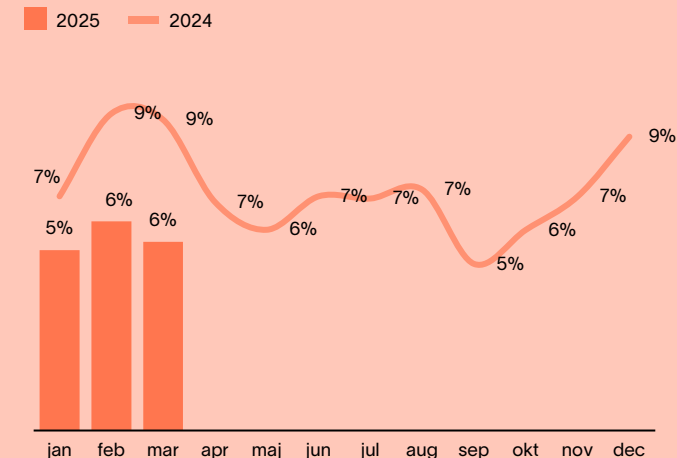
Viss återhämtning i mars

I mars uppgick försäljningen inom kategorin böcker, tidningar m.m. second hand i Sverige till 106 miljoner kronor, och knappt 6 procent av befolkningen handlade i denna kategori under månaden. Jämfört med mars förra året, då försäljningen var 143 miljoner kronor och andelen som handlade var drygt 9 procent, minskade försäljningen med 37 miljoner kronor och andelen som handlade minskade med drygt 3 procentenheter.

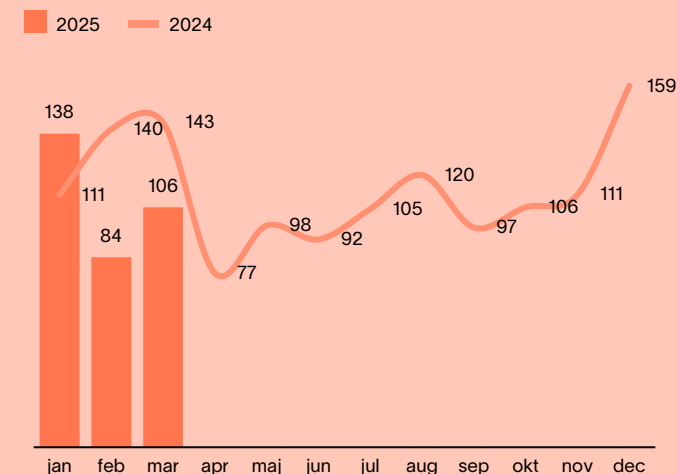
Om vi jämför med föregående månad (februari), då försäljningen var 84 miljoner kronor och andelen som handlade var drygt 6 procent, ökade försäljningen med 22 miljoner kronor trots att andelen som handlade i kategorin var något lägre.

Under första kvartalet 2025 uppgick försäljningen inom kategorin böcker, tidningar m.m. second hand till 328 miljoner kronor. Jämfört med samma kvartal förra året, då försäljningen var 394 miljoner kronor, minskade försäljningen med 66 miljoner kronor. Det är tydligt att efterfrågan under februari och mars i år har varit markant lägre än under samma period förra året.

Andel som handlat



Omsättning (mkr)



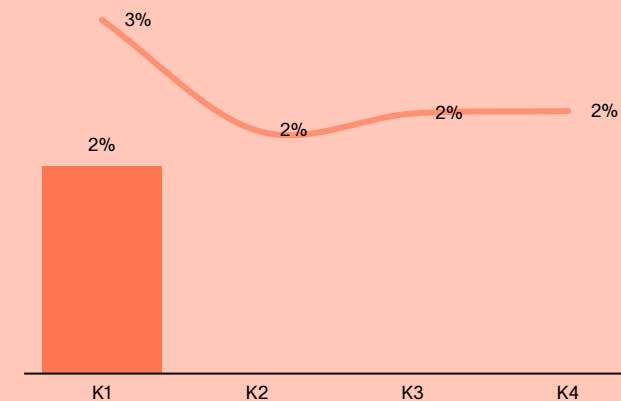
Lägre försäljning i det typiskt svaga första kvartalet

Likt övriga kategorier visar hemelektronik en negativ trend både i försäljning och i andel konsumenter som handlat i kategorin under första kvartalet.

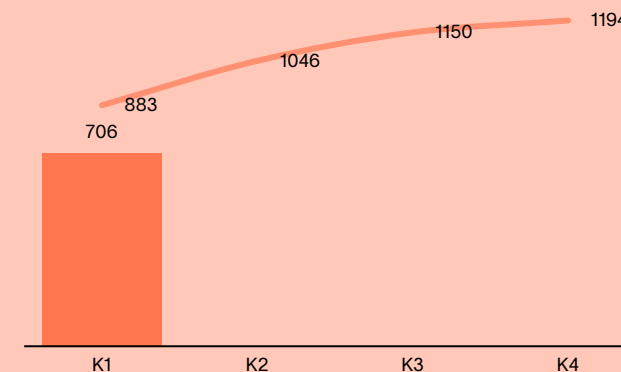
I första kvartalet uppgick försäljningen av second hand-elektronik till strax över 700 miljoner kronor. Jämfört med första kvartalet förra året är det en nedgång med 177 miljoner kronor, eller 20 procent. Andelen som handlade i kategorin kom också in lägre än under fjolårets första kvartal. Jämfört med fjärde kvartalet förra året är nedgången desto större; hela 41 procent lägre.

Likt nyförsäljningen av hemelektronik verkar första kvartalet vara det svagaste, så det är rimligt att anta att försäljningen under resterande kvartal kommer vara högre, även om de i dagsläget ser ut att hamna lägre än förra året.

Andel som handlat, kvartal



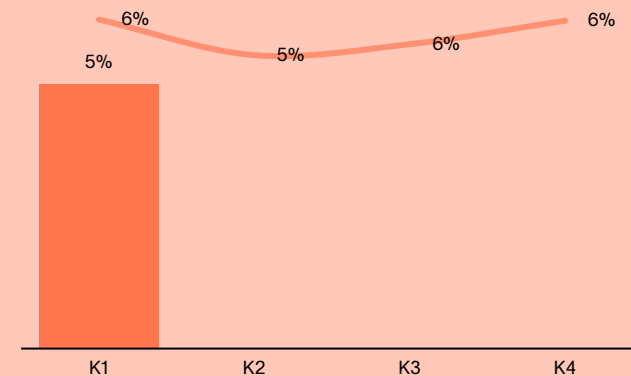
Omsättning, kvartal (mkr)



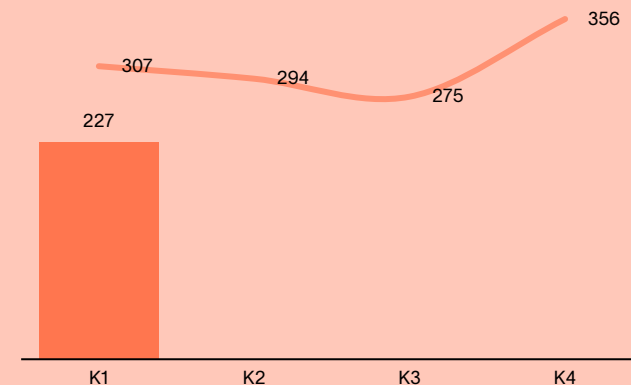
Markant lägre försäljning i det första kvartalet

Försäljningen av second hand-barnartiklar och leksaker följde den generella trenden i det första kvartalet; en tydlig nedgång i försäljningen jämfört med motsvarande kvartal förra året, tillsammans med en vikande andel av konsumenterna som handlade i kategorin. Jämfört med första kvartalet förra året var försäljningen under årets första kvartal 80 miljoner kronor lägre, vilket motsvarar en nedgång på 26 procent. Andelen av konsumenterna som handlade kategorin under kvartalet sjönk också, med drygt en procentenhet.

Andel som handlat, kvartal



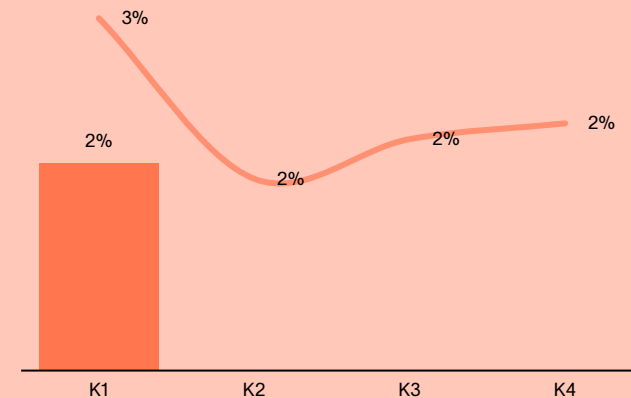
Omsättning, kvartal (mkr)



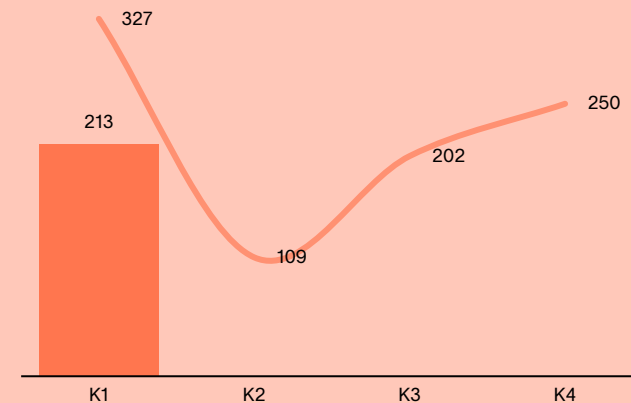
Rekordtapp i försäljningen

Första kvartalet är, vid en observation av försäljningsutvecklingen förra året, typiskt sett det starkaste kvartalet under året för sport- och fritidsprodukter second hand. Under årets första kvartal går det däremot att se en kraftig nedgång jämfört med första kvartalet 2024. Försäljningen föll med hela 115 miljoner kronor, eller 35 procent, jämfört med motsvarande period förra året. Andelen som handlade i kategorin under kvartalet sjönk också med drygt en procentenhet.

Andel som handlat, kvartal



Omsättning, kvartal (mkr)





Ingvar Larsson, vd MQ Marqet

MQ Marqet:

Självklart beslut att satsa på second hand

Berätta om er satsning på second hand. Vad fick er att slå er in i det här segmentet?

Vi såg detta som en naturlig del i vårt erbjudande och vi har en kultur som i stora delar handlar om att våga testa och detta är naturligtvis även ett led i den efterfrågan som våra kunder visade. Vårt mode är noga utvalt för vår målgrupp och vi arbetar ständigt med att skapa mode där långsiktighet och kvalitet är helt centralt. Detta gör att vi alltid utgår från att våra plagg ska älskas och bäras länge, gärna av flera personer. På så vis är både second hand och olika relevanta tjänster förknippat med lång livslängd en naturlig del i vår affärsidé.

Hur har er försäljning av second hand sett ut under det senaste året? Ser ni att ert second hand-sortiment bidrar till ökat intresse för ert övriga sortiment?

Det senaste året har försäljningen av second hand mer än fördubblats hos oss. Dels är det större efterfrågan i de butiker där vi erbjudit det i flera år men framför allt har vi som ett led i efterfrågan adderat betydligt fler butiker runt om i hela Sverige, där vi erbjuder våra kunder second hand av våra varumärken.

När du handlar något hos oss på MQ ska du veta att detta plagg går att sälja tillbaka till oss mot utbyte av en värdecheck – som du kan välja att använda direkt eller senare till ett annat second hand plagg eller något från vårt övriga sortiment. Detta ökar värdet på våra plagg, då vi har skapat en arena för vårt mode som innebär att våra kunder kan nå andrahandsmarknaden lokalt och enkelt.



Vårt mode är noga utvalt för vår målgrupp och vi arbetar ständigt med att skapa mode där långsiktighet och kvalitet är helt centralt

Ingvar Larsson, vd MQ Marqet



Vem är den typiska kunden som handlar second hand hos er?

Vi har två kategorier om vi förenklar. Dels är det våra befintliga kunder som gärna kombinerar sitt köp med något från vår second hand. Det är lite av en skattjakt där unika plagg fyndas som adderar något extra till den outfit hon eller han köper. Dessutom ser vi en helt ny kund hos oss som primärt kommer för att fynda på second hand, vilket är väldigt roligt.

Vilka policyförslag eller förändringar i regelverk tror du skulle kunna underlätta för MQ Marqet och second hand-marknaden att växa och främja en mer hållbar konsumtion?

För att verkligen nå en stark tillväxt och ökad volym måste det gå att nå rimlig lönsamhet på second hand, detta gäller för oss på MQ såväl som för hela branschen. Den första förändringen i regelverket, i syfte att värna denna viktiga del av en hållbar konsumtion, är att sänka momsen på second hand. Att betala full moms på samma plagg flera gånger minskar incitamentet i flera led, vilket skapar svårigheter för lönsam tillväxt.

Vad skulle du säga är ert mål och er vision för er second hand-satsning?

Vi kommer alltid att arbeta hårt för att möta våra kunders efterfrågan. Vår vision med second hand är att skapa ett högre värde för såväl våra nya produkter som våra second hand plagg. Målet är att från start skapa ett mode som lever länge, och som används om och om igen. Genom en väl fungerande andrahandsmarknad ska vi bli förstahandsvalet för den som uppskattar långsiktighet och söker en folklig premiumupplevelse, såväl i mode som i kundmötet.



Metodbeskrivning

Genomförande

Svensk Handels Pre Loved-indikator är en löpande kartläggning av konsumenters begagnatkonsumtion och genomförs som en webbenkät av undersökningsföretaget Novus i deras slumpmässigt rekryterade och riksrepresentativa Sverigepanel.

Datainsamlingen görs första veckan varje månad och mäter begagnathandel av fysiska varor under den föregående kalendermånaden. Varje månad genomförs minst 2 000 intervjuer. Detta underlag används i beräkningarna och skattningen av den totala begagnatomsättningen samt omsättningen av begagnat mode i Sverige.

Undersökningen är representativ för den svenska allmänheten mellan 18-89 år.

Omsättningen som räknas fram inom ramen för denna undersökning är en skattning av begagnatomsättningen utifrån de uppgifter som den svenska allmänheten anger i undersökningen. Detta är inte samma sak som totalräknad försäljningsstatistik och bör därför tolkas med sedvanlig försiktighet, eftersom en viss underskattning eller överskattning i kategoriomsättningen i respondentsvaren kan förekomma. Respondenterna kan också tänkas uppfatta de angivna varukategorierna lite olika, varför osäkerheten på varukategorinivå är något större än för skattningen av total begagnatomsättning.

Metodbeskrivning

Ett stratifierat obundet slumpmässigt urval dras varje månad ur Novus Sverigepanel. De i urvalspopulationen som har besvarat undersökningen har efterstratifierats med avseende på bl.a. kön, ålder, utbildning, region och hushållsstorlek vilket tar hänsyn till över- respektive underrepresentationer bland dessa samt även korrigerar för bortfall. Detta för att resultaten ska bli representativa för målpopulationen.

Efterstratifieringen görs på hela urvalet, dvs. oavsett om man handlar begagnat eller inte, för att sedan kunna visa en representativ andel begagnatkonsumenter. Innan beräkningarna görs, kvalitetssäkras data bl.a. med hjälp av extremvärdesrensning. Extremvärden beräknas för varje enskild produktkategori, och rensning görs på månads-, kvartals-, halvårs- eller årsbasis, beroende på svarsunderlaget för respektive produktkategori. Extremvärdena beräknas på ett sätt som inte missar säsongvariationer.

Avseende begagnathandeln i mars 2025 genomfördes 2220 intervjuer den 1-8 april vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 49 procent bland det totala antalet tillfrågade.

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18-89 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.



Vid frågor kontakta
Svensk Handels pressjour:
010 47 18 650
svenskhandel.se