

Årsrapport 2024

# PRE LOVED



**SH** Svensk  
Handel

# En växande kraft i Svensk handel

## Second Hand 2024: Från trend till standard

Under 2024 uppgick den totala omsättningen i second hand-marknaden i Sverige till 16,8 miljarder kronor. Då detta är det första helåret som vi kan presentera siffror för, kan vi inte med siffrorna i den här rapporten mäta hur mycket marknaden växte 2024 jämfört med 2023 – men allt tyder på en stark tillväxt.

Försäljningstillväxten inom second hand har legat mellan 7 och 18 procent de senaste åtta åren innan 2024, och det är rimligt att anta att tillväxten under 2024 låg i den övre delen av spannet. Grunden till detta antagande ligger i tillgängliga data, den ökade uppmärksamheten kring second hand som ett hållbart alternativ och den kostnadskris som svenska hushåll genomgått under de senaste tre åren.

Mode dominerade som den största kategorin, med en omsättning på 4,7 miljarder kronor, men även andra segment som elektronik, möbler och barnartiklar visade en stabil efterfrågan under året. E-handeln var den främsta försäljningskanalen, med en andel på 67 procent av den totala omsättningen.

Året präglades av tydliga säsongsmönster, med en stark start under första kvartalet, en stabil sommarsäsong och ett kraftfullt avslut inför julen. Konsumenternas engagemang för hållbarhet och återbruk fortsätter att växa, vilket gör second hand till en nyckelspelare i den svenska handelns framtid



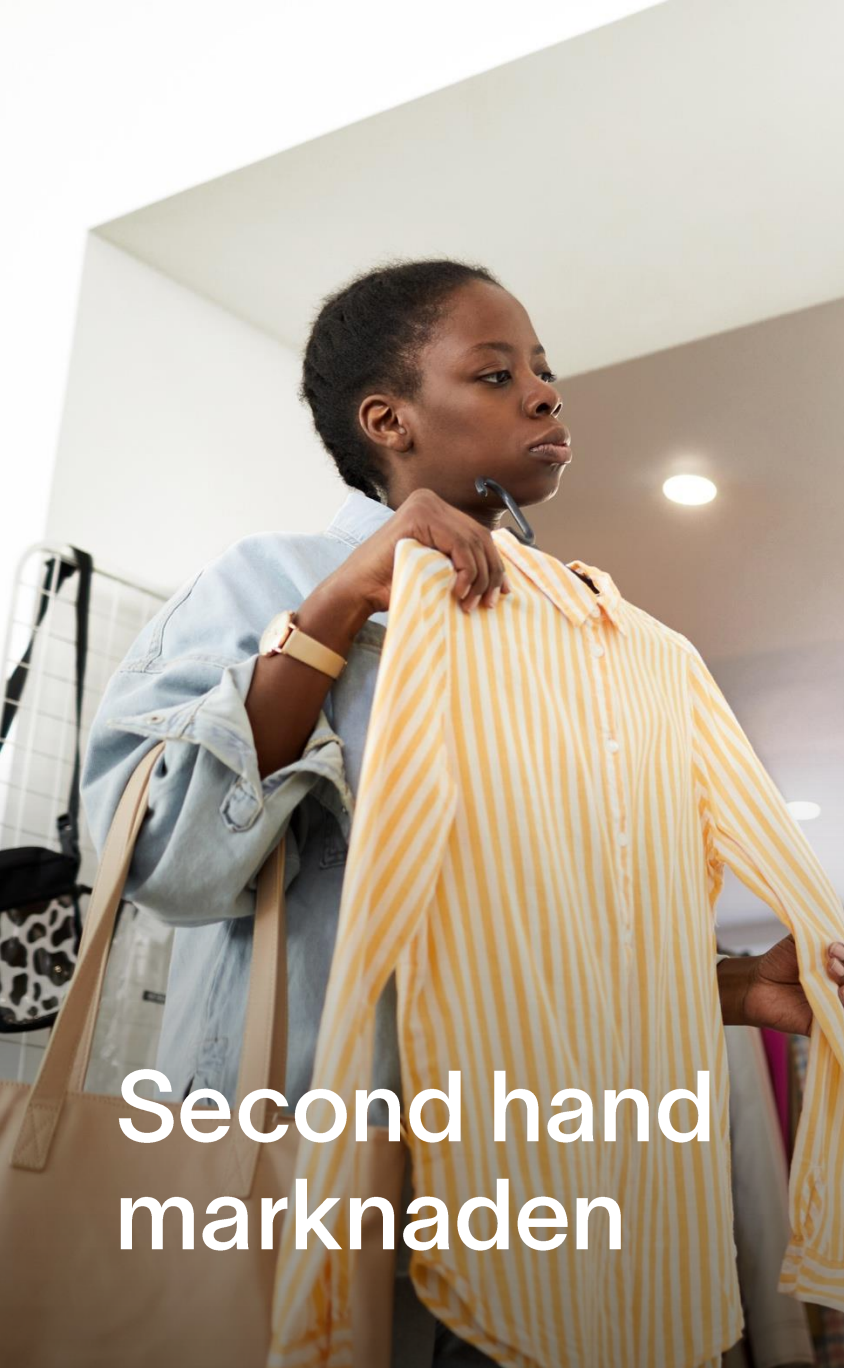
Då detta är det första helåret som vi kan presentera siffror för, kan vi inte med siffrorna i den här rapporten mäta hur mycket marknaden växte 2024 jämfört med 2023 – men allt tyder på en stark tillväxt.



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.



# 1,6 miljarder

Total omsättning i december 2024 i svenska kronor

## 415 miljoner

Omsättning inom  
mode i december  
i svenska kronor

## 3 av 10

Så många konsumenter  
uppgjer att de handlat  
begagnat i december

## 5 av 10

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

## Second hand marknaden

# Begagnatmarknaden 2024

# 16,8 miljarder

Total omsättning 2024 i svenska kronor

Mode var den största produktkategorin 2024

# 4,7 miljarder

Total omsättning inom mode 2024 i svenska kronor



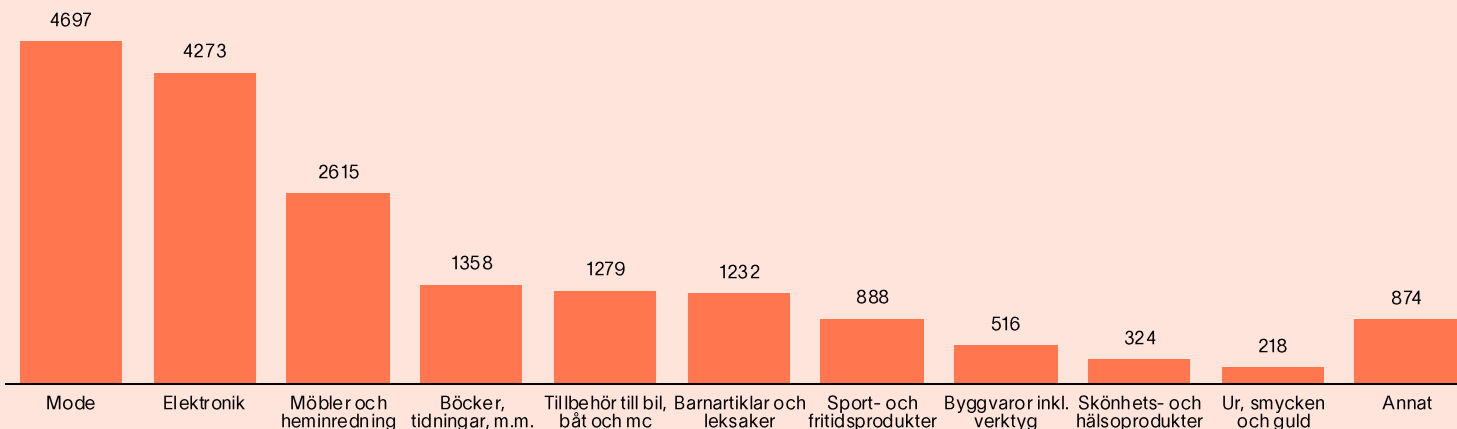
Det är rimligt att anta att tillväxten under 2024 låg i den övre delen av spannet.

Maria Mikkonen,  
Chefsekonom Svensk Handel

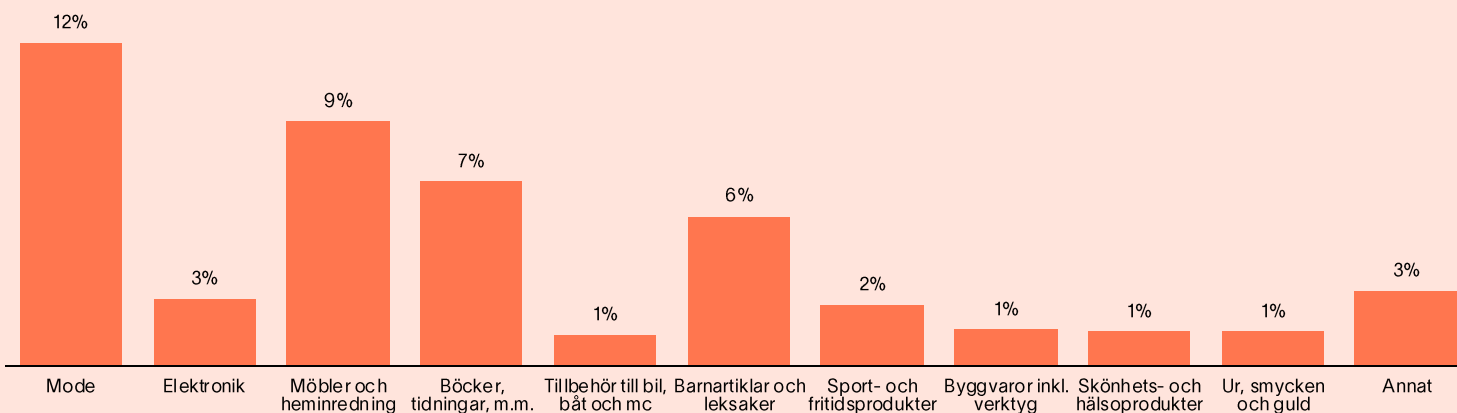
# Begagnatmarknaden 2024

Uppdelat på produktkategori

Total omsättning 2024 i miljoner svenska kronor



Genomsnittlig andel som handlat per månad 2024 i procent



Mode fortsätter vara den största produktkategorin inom second hand – men elektronik är inte långt efter.

Maria Mikkonen,  
Chefsekonom Svensk Handel

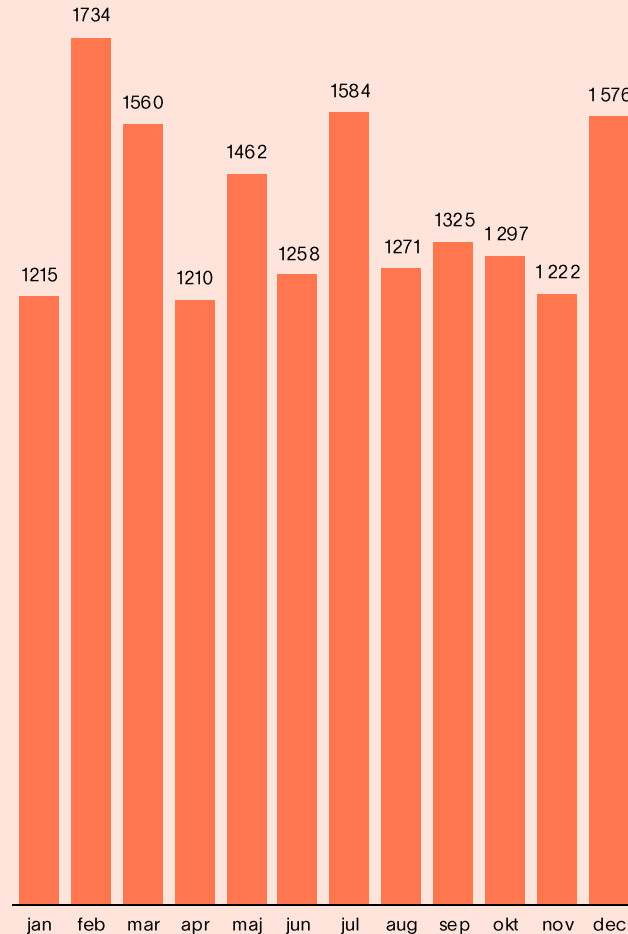
# Starkt second hand-år 2024

År 2024 visade second hand-marknaden i Sverige en dynamisk utveckling både i försäljning och i konsument-engagemang. Under årets början, i januari, handlade 23 procent av konsumenterna second hand, vilket följdes av en topp i februari där över 34 procent deltog i denna typ av handel, samtidigt som försäljningen nådde sin första höjd med 1,7 miljarder kronor. Mars fortsatte med en hög andel på 32 procent, men försäljningen sjönk något till 1,6 miljarder kronor.

Våren visade en nedgång i både försäljning och konsument-andel, med april på 24 procent och maj på 23 procent, vilket speglar en säsongsmässig dipp. Juni återhämtade sig något till 24 procent, men det var i juli, när 28 procent av konsumenterna handlade second hand, som försäljningen återigen toppade med 1,6 miljarder kronor, visande på en stark sommarhandel.

Sensommaren och hösten visade en stabilisering med augusti på 27 procent och september på 24 procent, där försäljningen var jämnare. Oktober och november höll en jämn konsument-andel på 26 procent, medan försäljningen i december avslutade året starkt med 30 procent av konsumenterna delaktiga och en försäljning på 1,6 miljarder kronor, vilket indikerar en ökad efterfrågan på second hand-produkter under julhandeln.

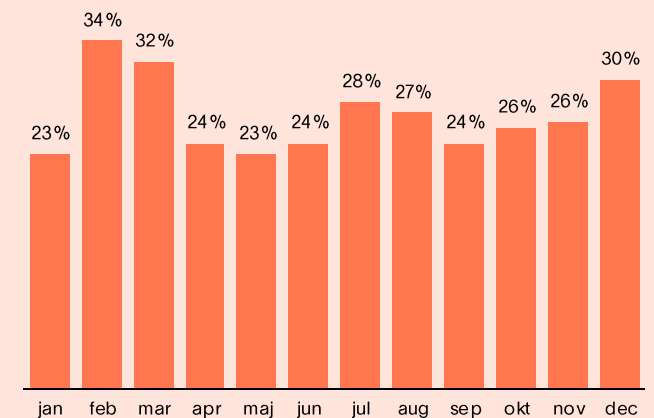
## Omsättning per månad 2024 (mkr)



År 2024 visade second hand-marknaden i Sverige en dynamisk utveckling både i försäljning och i konsumentengagemang.

Maria Mikkonen,  
Chefsekonom Svensk Handel

## Andel som har handlat per månad



# Störst försäljning i första kvartalet



Second hand-marknadens kvartalsutveckling under 2024 präglades av en stark start, stabil sommarsäsong och ett kraftfullt avslut inför julen – en spegling av svenskarnas ökande engagemang för hållbar konsumtion året runt.

Maria Mikkonen,  
Chefsekonom Svensk Handel

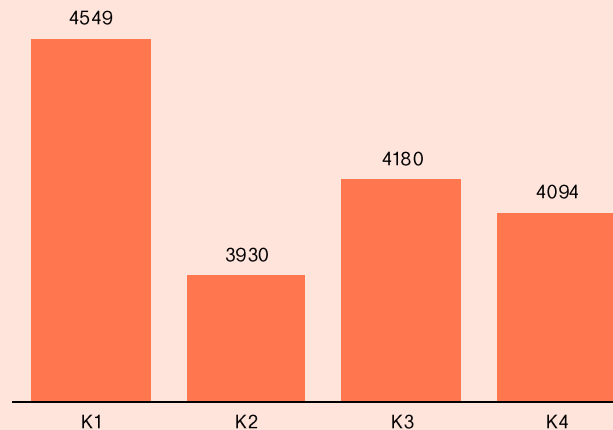
Året började starkt med en försäljning på totalt 4,5 miljarder kronor första kvartalet. Februari var höjdpunkten med 1,7 miljarder kronor i försäljning och 34 procent konsumentandel, sannolikt driven av vinterlov.

I det andra kvartalet landade försäljningen på 3,9 miljarder kronor. April var svagast med 1,2 miljarder kronor och 24 procent konsumentandel, medan maj och juni höll marknaden stabil tack vare vårens förberedelser.

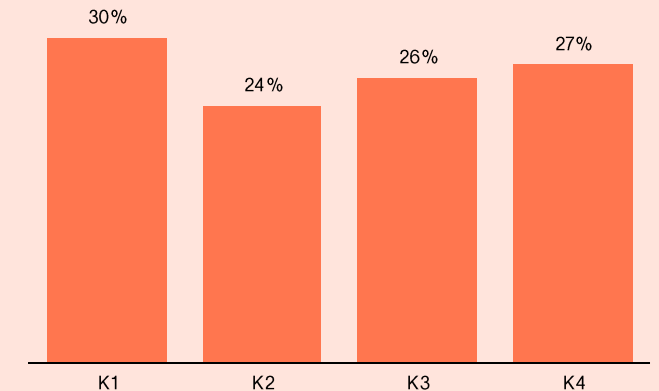
Semesterrelaterade inköp bidrog till 4,2 miljarder kronor i det tredje kvartalet. Juli toppade med 1,6 miljarder kronor och 28 procent konsumentandel, följt av en stark augusti och september.

Julhandeln gav ett uppsving i det fjärde kvartalet, med en total försäljning på 4,1 miljarder kronor. December nådde 1,6 miljarder kronor och 30 procent konsumentandel, drivet av hållbara julklappar.

### Omsättning, kvartal (mkr)



### Andel som handlat, kvartal (%)



# Nära 70 procent av försäljningen på nätet 2024

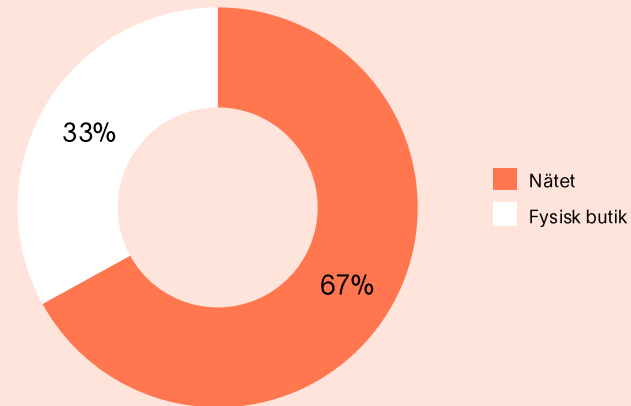
Under 2024 gick att observera e-handels position som den främsta försäljningskanalen för second hand i Sverige. Med en andel om cirka 67 procent av den totala omsättningen visar siffrorna att e-handeln är kundernas främsta kanalval.

Årets första månader visade en stabil andel e-handel, med januari (61 %) och februari (63 %) som toppar i början av året. Den digitala försäljningen nådde sin högsta nivå i februari med 1 086 miljoner kronor, driven av efterfrågan på vinterartiklar och det ökande intresset för bekvämligheten att handla online.

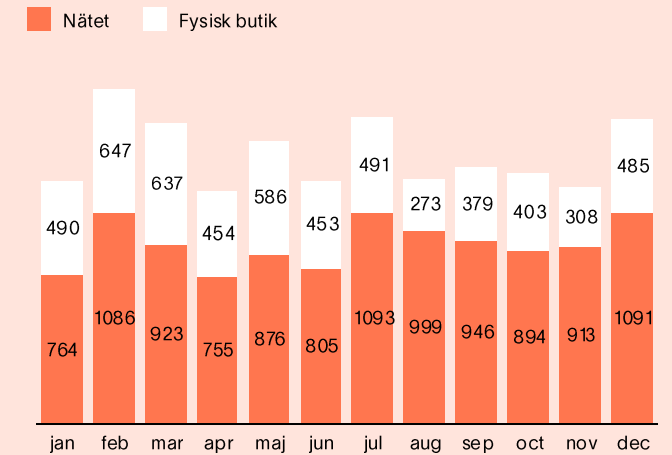
Under tredje kvartalet såg e-handeln sin största tillväxt. Juli stod ut som årets starkaste månad, där nätförsäljningen nådde 1 093 miljoner kronor och e-handeln utgjorde 69 procent av den totala marknaden. I augusti nådde andelen e-handel rekordhöga 79 procent, vilket speglar den ökande benägenheten att köpa second hand online under semestertider.

Under årets sista månader fortsatte e-handeln att dominera. November och december hade en e-handelsandel på 75 procent respektive 69 procent. Detta tyder på att allt fler konsumenter väljer nätet för hållbara julklappar och säsongsinköp.

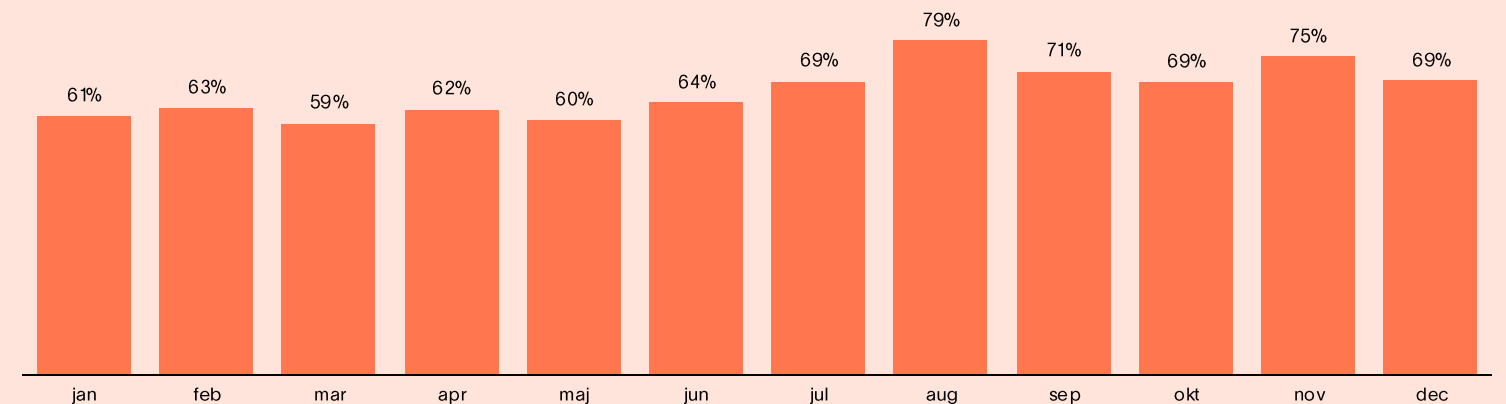
### Omsättningsandel per kanal 2024 (procent)



### Omsättning per månad, per kanal (mkr)



### E-handels försäljningsandel





# Stora skillnader mellan åldersgrupper och kön



Second hand är mest populärt bland yngre och kvinnor – en trend som drivs av hållbarhet, ekonomi och ett starkt engagemang för mode och återbruk.

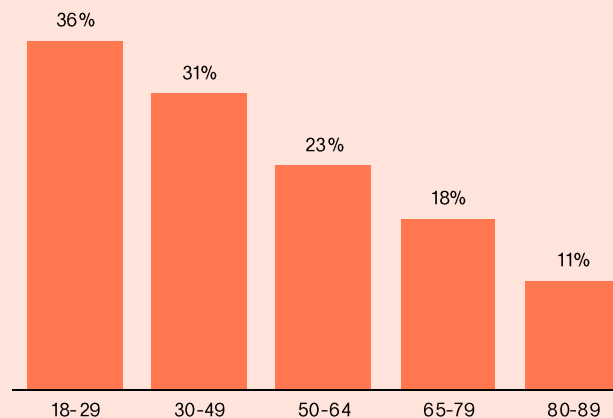
Maria Mikkonen,  
Chefsekonom Svensk Handel

Under 2024 var den genomsnittliga andelen konsumenter som handlade second hand högst bland yngre åldersgrupper. 18–29-åringar ledde med 36 procent, följt av 30–49-åringar (31 %), 50–64-åringar (23 %), 65–79-åringar (18 %) och 80–89-åringar (11 %). Detta visar att second hand är mest populärt bland yngre generationer, troligen driven av hållbarhetsambitioner och ekonomiska överväganden.

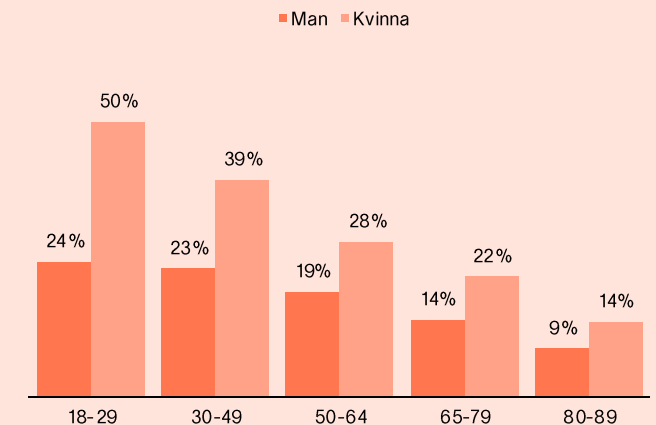
Kvinnor handlade second hand i större utsträckning än män i alla åldersgrupper. Bland 18–29-åringar handlade 50 procent av kvinnorna jämfört med 24 procent av männen. Liknande mönster sågs i övriga grupper: 30–49-åringar (39 % kvinnor vs. 23 % män), 50–64-åringar (28 % kvinnor vs. 19 % män), 65–79-åringar (22 % kvinnor vs. 14 % män) och 80–89-åringar (14 % kvinnor vs. 9 % män).

Skillnaden kan bero på att kvinnor är mer engagerade i modeköp, som är den största second hand-kategorin, samt en större medvetenhet om hållbarhet. Sammanfattningsvis är second hand mest populärt bland yngre och kvinnor, vilket understryker vikten av att rikta marknadsföring mot dessa grupper.

Andel som handlat per månad i snitt, uppdelat på åldersgrupp



Andel som handlat per månad i snitt, uppdelat på åldersgrupp och kön



SECOND HAND-MODE

# Stabil efterfrågan bland konsumenterna

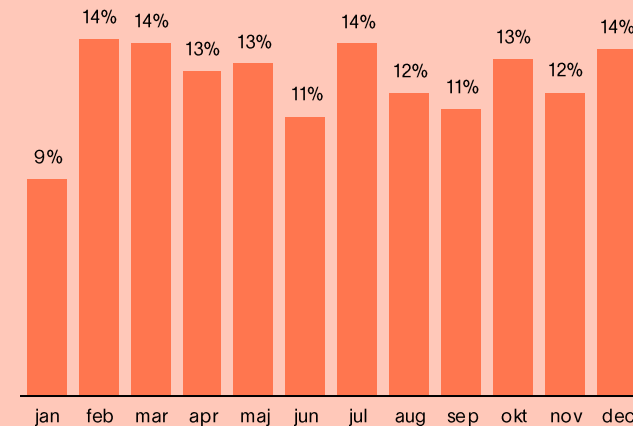
Under 2024 visade andelen konsumenter som handlade second hand-mode stabilitet med vissa säsongsvariationer. Andelen låg mellan 9 och 14 procent av konsumenterna varje månad, vilket understryker modets betydelse som en populär kategori på marknaden.

Året inleddes med en lägre andel i januari (9%), men februari såg en tydlig ökning till 14 procent, den högsta månadsandelen för året. Våren fortsatte med stark efterfrågan, där både april (13%) och maj (13%) stod ut som populära månader för modeköp.

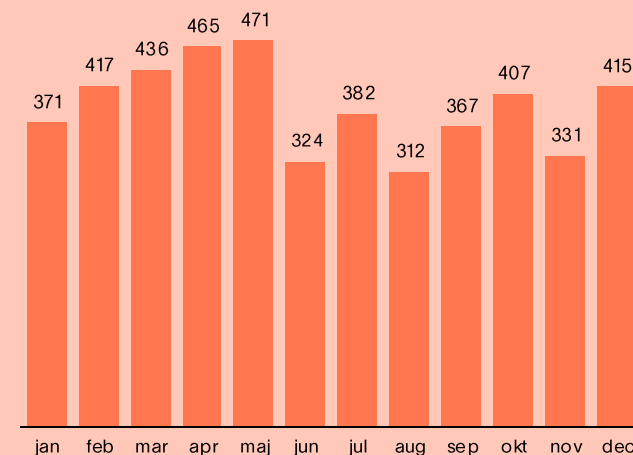
Under sommaren sjönk andelen något, med juni (11%) och augusti (12%) som årets svagaste månader. Trots detta återhämtade sig marknaden under hösten, där oktober nådde 13 procent. December, med en andel på 14 procent, visade på en stark avslutning och ett ökat intresset för hållbara julklappsinköp.

2024 visade att second hand-mode lockar en stadig andel av konsumenterna året runt. Tydliga toppar under våren och inför högtider reflekterar konsumenternas ökande engagemang för hållbart mode och tidlösa klädval.

## Andel som handlat



## Omsättning (mkr)



# Jämn efterfrågan med mindre säsongsvariationer



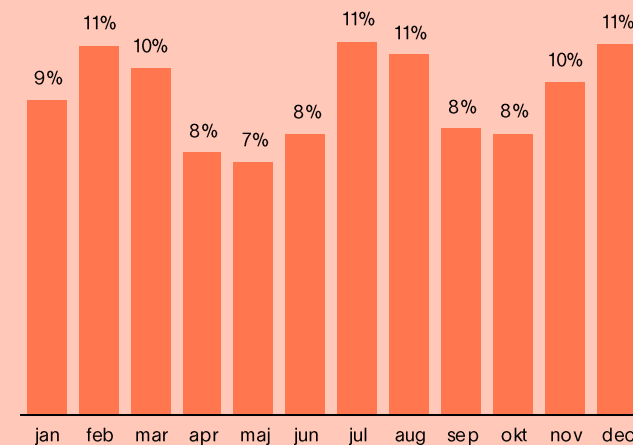
Under 2024 visade försäljningen av möbler och heminredning second hand en relativt stabil efterfrågan med tydliga säsongsvariationer. Försäljningen låg mellan 139 och 306 miljoner kronor per månad, medan andelen konsumenter som handlade inom kategorin varierade mellan 7 och 11 procent.

Februari och maj stod ut som månader med hög försäljning, där maj nådde 255 miljoner kronor trots att endast 7 procent av konsumenterna handlade inom kategorin. Under november noterades årets högsta försäljning på 306 miljoner kronor, vilket reflekterar en ökad efterfrågan inför julen, medan december bibehöll en stabil andel på 11 procent av konsumenterna.

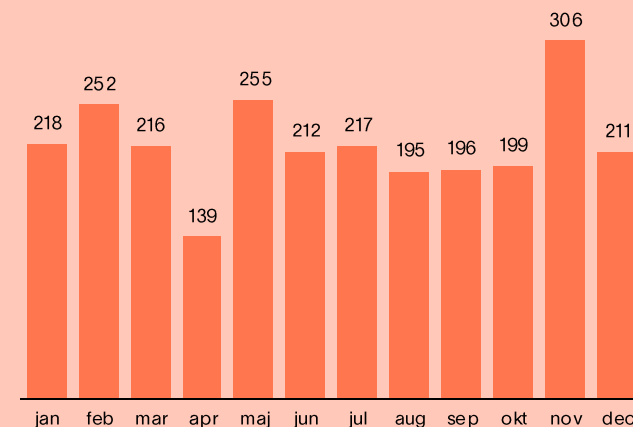
Sommar- och höstmånaderna präglades av något lägre aktivitet, med försäljning mellan 195 och 217 miljoner kronor och en andel konsumenter på cirka 8–11 procent. Den jämnare efterfrågan under dessa månader antyder en stabil men avtagande köplust under semester- och övergångsperioder.

2024 var ett år där möbler och heminredning second hand lockade en lojal andel konsumenter, särskilt under vintermånaderna. Med toppar i maj och november visar siffrorna på en stark koppling till säsongsbundna behov och ett fortsatt intresse för hållbar heminredning.

## Andel som handlat



## Omsättning (mkr)



# Stabil försäljning med toppar under vintern och inför julen

Under 2024 visade försäljningen av böcker, tidningar och liknande second hand en stabil efterfrågan med vissa säsongsvariationer. Försäljningen låg mellan 77 och 159 miljoner kronor per månad, medan andelen konsumenter som handlade i kategorin varierade mellan 5 och 9 procent.

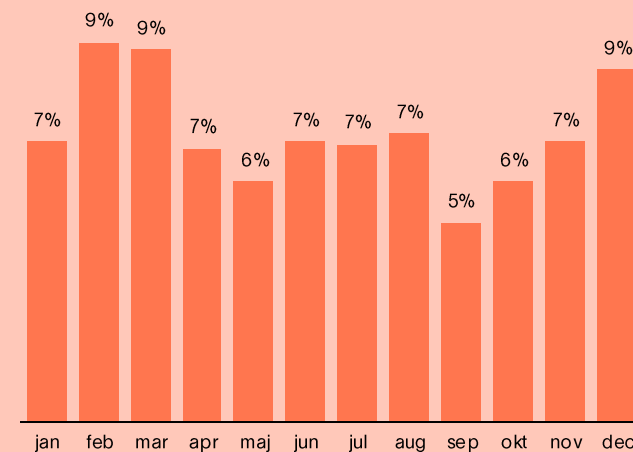
Vintern inledde året med stabila siffror, där februari och mars toppade våren med försäljningssiffror på 140 respektive 143 miljoner kronor, samtidigt som 9 procent av konsumenterna handlade i kategorin. Dessa månader reflekterar ett tydligt intresse för böcker och läsning under årets första kvartal.

Sommar- och höstmånaderna såg en något lägre andel konsumenter (6–7 %) och försäljning mellan 92 och 120 miljoner kronor. Den svagaste månaden var april, med en försäljning på 77 miljoner kronor och 7 procent av konsumenterna, medan september noterade den lägsta andelen med 5 procent.

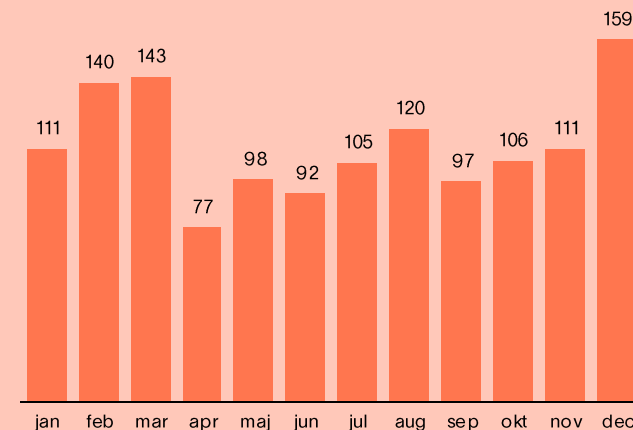
December avslutade året starkt med en försäljning på 159 miljoner kronor och en andel på 9 procent. Detta indikerar en ökad efterfrågan inför julen, sannolikt drivet av intresset för hållbara gåvor som böcker och andra trycksaker.

2024 var ett stabilt år för second hand-marknaden för böcker och tidningar, med särskilda toppar under vintermånaderna och inför julen. Kategorin fortsätter att locka en lojal andel av konsumenterna, särskilt under perioder kopplade till läsning och gåvoköp.

## Andel som handlat



## Omsättning (mkr)



# Stabil utveckling under 2024

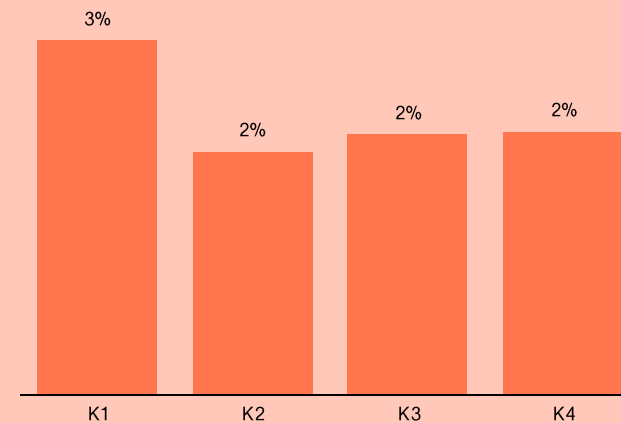


Second hand-elektronik har under 2024 visat en stadig tillväxt, med en försäljning som ökade från 883 miljoner kronor i första kvartalet till 1 194 miljoner kronor i fjärde kvartalet. Trots denna ökning minskade andelen konsumenter som handlade i kategorin från 3 procent i första kvartalet till 2 procent under resten av året, vilket kan tyda på att färre men mer engagerade köpare driver utvecklingen.

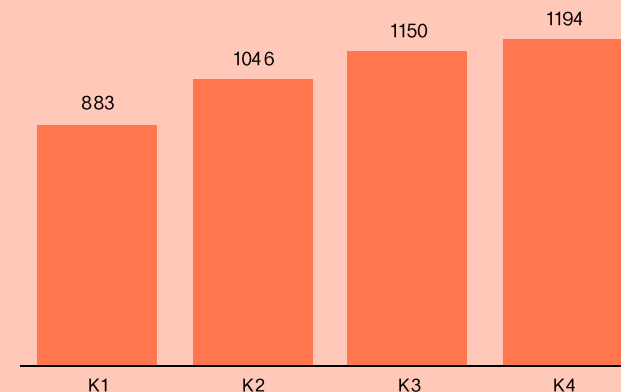
Jämfört med second hand-mode, som är den största kategorin på marknaden med en total försäljning på cirka 4,7 miljarder kronor under 2024, har elektroniken en mer stabil utveckling. Modehandeln varierar mer, med tydliga säsongsvariationer och en försäljning som nådde sin topp i maj (471 miljoner kronor) och sin lägsta punkt i augusti (312 miljoner kronor). Andelen konsumenter som handlar mode är också betydligt högre, med en genomsnittlig månadsandel på cirka 12,5 procent jämfört med elektronikens 2–3 procent.

Sammanfattningsvis visar second hand-elektronik en stabil tillväxt, medan mode dominerar i försäljningsvolym men har en mer säsongsberoende och fluktuerande utveckling. Båda kategorierna är dock viktiga för den svenska second hand-marknaden.

## Andel som handlat, kvartal



## Omsättning, kvartal (mkr)



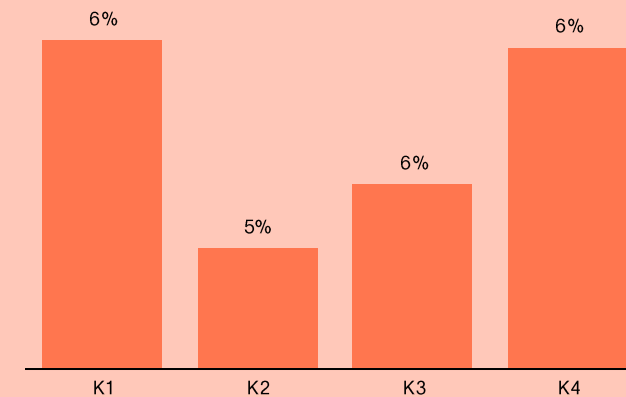
# Jämn utveckling 2024



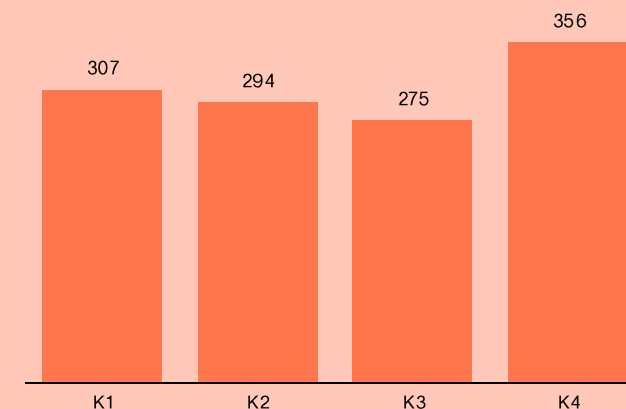
Försäljningen av second hand-barnartiklar och leksaker visade en blandad utveckling under 2024. Under det första kvartalet (K1) omsatte kategorin 307 miljoner kronor, med 6 procent av konsumenterna som handlade i kategorin. Försäljningen sjönk sedan något under det andra kvartalet till 294 miljoner kronor, medan andelen köpare minskade till 5 procent. Under K3 återhämtade sig andelen köpare till 6 procent, men försäljningen fortsatte att minska till 275 miljoner kronor. Under det fjärde kvartalet (K4) ökade försäljningen dock markant till 356 miljoner kronor, medan andelen köpare förblev stabil på 6 procent.

Sammanfattningsvis visar kategorin en något ojämn utveckling under året, med en tydlig uppgång mot slutet av 2024. Andelen konsumenter som handlar second hand-barnartiklar och leksaker förblev relativt stabil, vilket tyder på en stadig efterfrågan. Den kraftiga försäljningsökningen under K4 kan bero på säsongsbetonade faktorer, som julhandeln.

## Andel som handlat, kvartal



## Omsättning, kvartal (mkr)

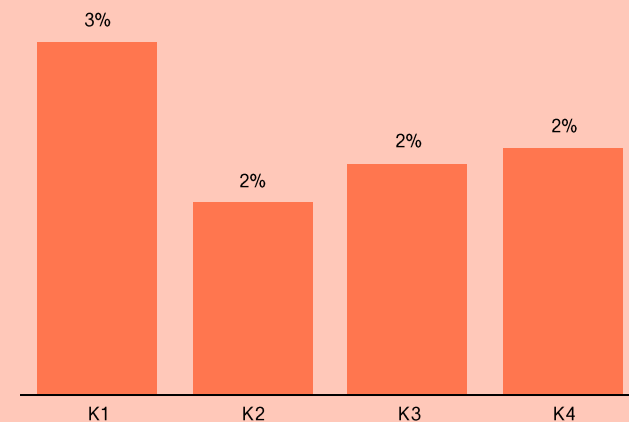


# Ojämn försäljning men stabil köpar- andel under 2024

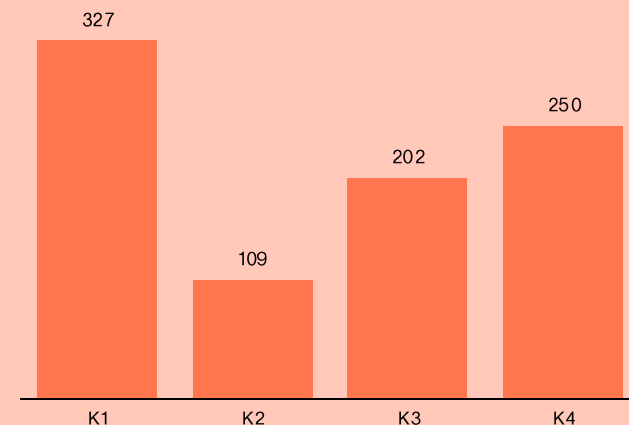
Försäljningen av second hand-sport- och fritidsprodukter under 2024 visade en tydlig variation under året. Under det första kvartalet (K1) omsatte kategorin 327 miljoner kronor, med 3 procent av konsumenterna som handlade i kategorin. Försäljningen sjönk dock kraftigt under andra kvartalet till 109 miljoner kronor, samtidigt som andelen köpare minskade till 2 procent. Under det tredje kvartalet återhämtade sig försäljningen något till 202 miljoner kronor, medan andelen köpare förblev på 2 procent. Under det fjärde kvartalet (K4) ökade försäljningen ytterligare till 250 miljoner kronor, men andelen köpare var fortfarande 2 procent.

Sammanfattningsvis visar second hand-sport- och fritidsprodukter en ojämn utveckling under 2024, med en tydlig nedgång under andra kvartalet följt av en gradvis återhämtning under årets andra hälft. Andelen konsumenter som handlade i kategorin förblev låg och stabil på 2–3 procent, vilket tyder på att kategorin lockar en mindre men potentiellt mer engagerad målgrupp. Den säsongsbetonade försäljningstoppen under första kvartalet kan bero på nyårslöften och ökad aktivitet i början av året, medan ökningen mot slutet av året kan kopplas till förberedelser för vintersäsongen.

### Andel som handlat, kvartal



### Omsättning, kvartal (mkr)

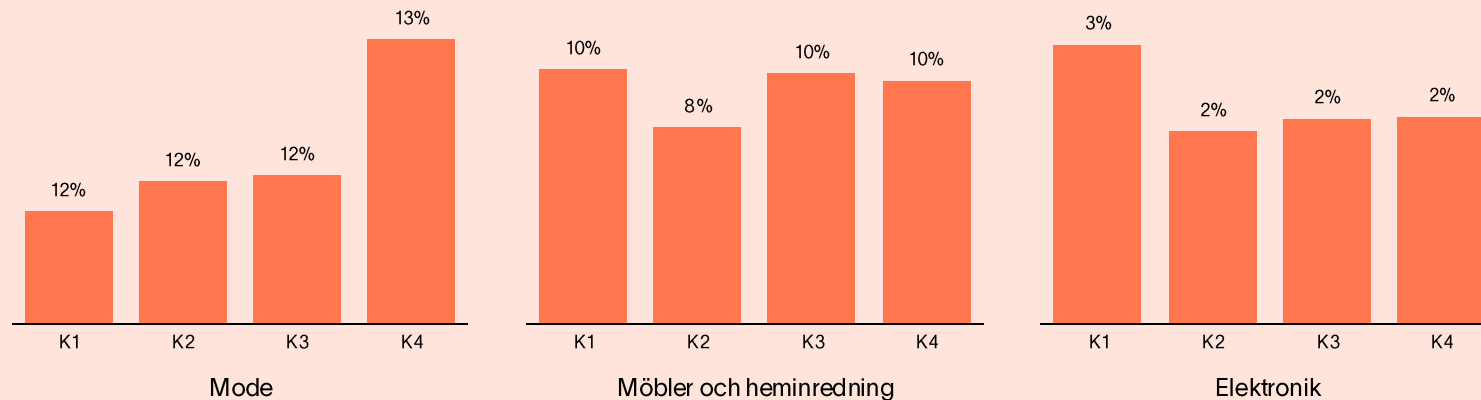


OVERSIKT

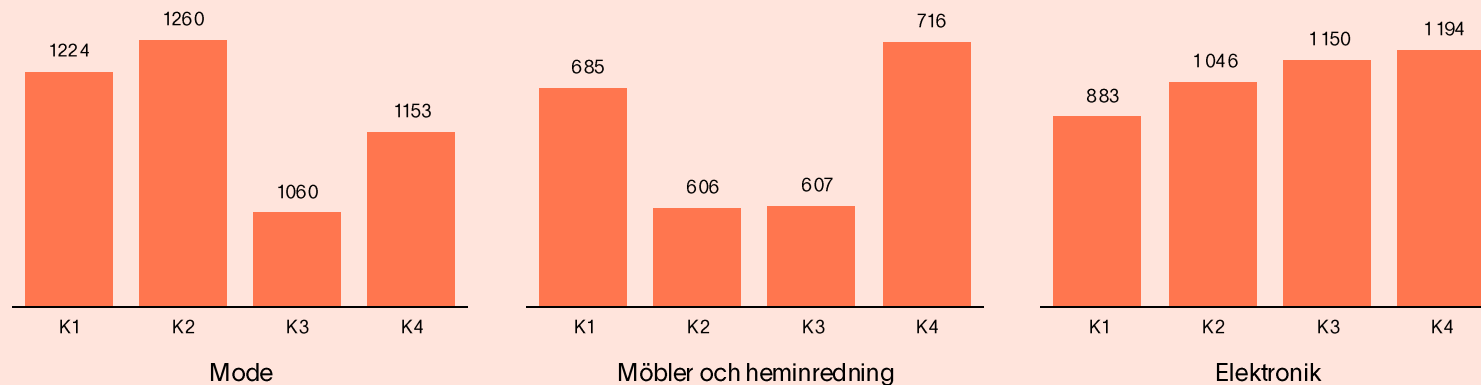
# Samtliga kategorier per kvartal



Andel som har handlat i respektive kategori, kvartal



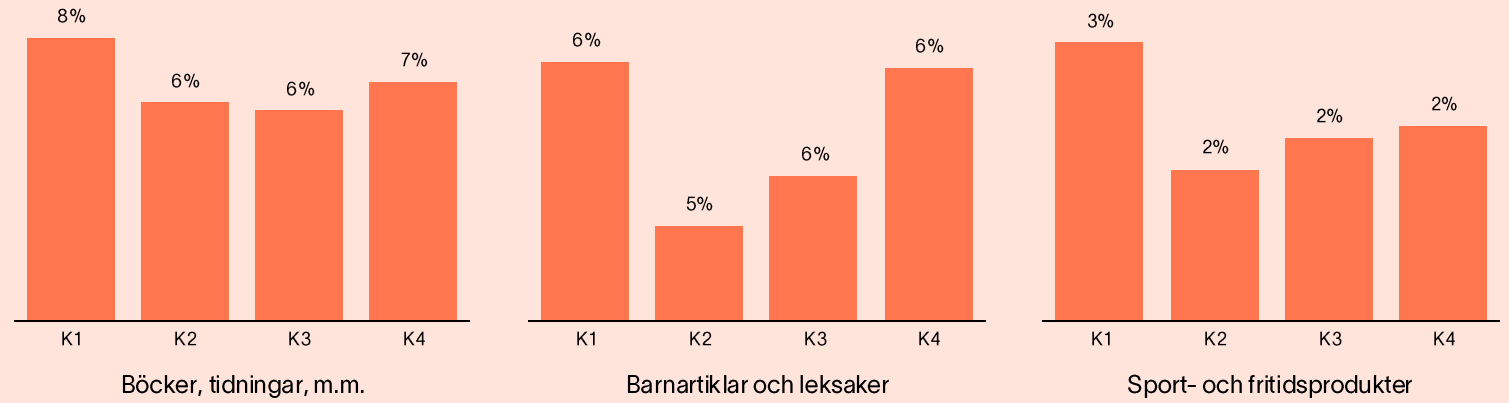
Omsättning per bransch, kvartal (mkr)



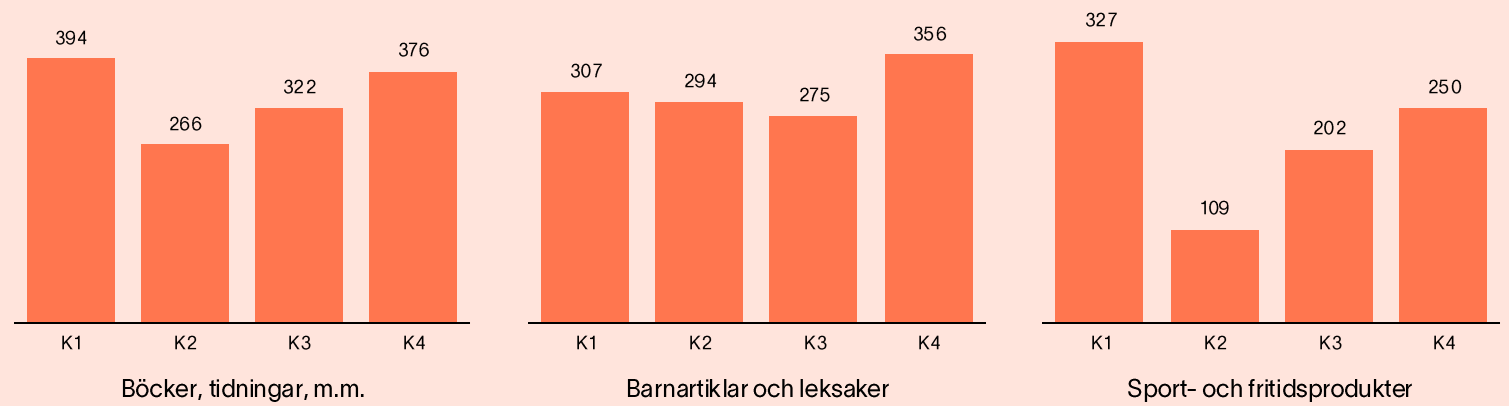




### Andel som har handlat i respektive kategori, kvartal



### Omsättning per bransch, kvartal (mkr)





# Arkivet:

## Rekordår 2024 – nya butiker planeras 2025

### Arkivet fortsätter sin tillväxtresa – med fokus på den fysiska butiken

Arkivet, som är en av Sveriges ledande aktörer inom second hand och hållbart mode, har på kort tid etablerat sig som en föregångare i att kombinera hållbar konsumtion med en inspirerande shoppingupplevelse. Företaget riktar sig främst till den medvetna kvinnan som vill cirkulera sin garderob och samtidigt bidra till ett mer hållbart samhälle. Med fem butiker – två i Göteborg och tre i Stockholm – erbjuder Arkivet ett noga kurerat sortiment av kläder, skor och accessoarer av hög kvalitet. Under 2024 tog Arkivet ytterligare steg framåt, samtidigt som second hand-branschen i stort fortsatte att växa, trots det ekonomiska läget bland hushållen.

### Ett framgångsrikt år trots utmaningar

2024 blev ett rekordår för Arkivet, med en fortsatt ökning av både försäljning och inlämningar. Företaget såg ett stort inflöde av besökare i sina butiker, där antalet passerade en miljon under året – en milstolpe som tydligt visar på det växande intresset för second hand.

– För Arkivets del fortsätter vi att öka både försäljningen och antalet inlämningar, vilket känns fantastiskt. Dessutom öppnade vi vår andra butik i Göteborg, vilket stärker vår närvaro i västra Sverige, säger Martin Hallander, VD för Arkivet.

Samtidigt har den ekonomiska osäkerheten satt sin prägel på modebranschen, inklusive second hand-marknaden. Konsumenter har blivit mer eftertänksamma och väger sina köp noggrant, vilket påverkar hela sektorn.

– Det är tydligt att våra kunder håller hårdare i plånboken, men samtidigt ser vi att fler upptäcker fördelarna med att handla och sälja second hand, fortsätter Hallander.



Vi är Modern Second Hand för den medvetna kvinnan. Ordet Modern syftar delvis på sortiment och kurering, men också på vårt unika erbjudande där vi gör det inspirerande och enkelt att cirkulera sin garderob i en fysisk miljö.

### Trender och förändringar i sortimentet

Under året noterade Arkivet flera tydliga trender inom hållbart mode. Fler konsumenter ser värdet i att handla begagnat, och allt fler upptäcker fördelarna med att lämna in sina egna plagg för försäljning.

– Vi upplever att intresset för att handla och sälja fortsätter att öka, och under 2024 hittade många nya kunder till oss, säger Martin Hallander.

En annan viktig förändring är ökningen av snittpriser, vilket är en kombination av högre marknadspriser och Arkivets egna satsningar på att höja kvaliteten i sortimentet.

– Vi har introducerat avdelningar med lite dyrare väskor i samtliga butiker, vilket har uppskattats av våra kunder. Det är en del av vårt arbete med att skapa en ännu mer inspirerande upplevelse, tillägger han.

### Fokus på fysiska butiker

Ett av årets stora beslut var att lägga ner företagets e-handel. Arkivet förklarar att den digitala kanalen visade sig vara resurskrävande och inte genererade tillräckligt hög volym för att motivera kostnaderna.

– Det var helt rätt beslut! Vi fortsätter att investera i vår digitala plattform, men nu med fokus på att förbättra användarupplevelsen för våra inlämningskunder, säger Martin Hallander.

Fokus ligger nu på de fysiska butikerna, och företaget har stora planer för expansion under 2025.

– Vi hoppas kunna öppna ett par nya butiker under året. Våra fysiska butiker är hjärtat i vår verksamhet, och det är där vi verkligen kan erbjuda den unika upplevelsen som är Arkivets signum, säger Hallander.

### Ökad konkurrens – och nya möjligheter

Konkurrensen inom second hand-marknaden har hårdnat, med fler aktörer som vill ta del av den växande efterfrågan. För Arkivet är detta en välkommen utveckling.

– Vi välkomnar att fler erbjuder tjänster inom second hand, eftersom det sätter fokus på cirkulära affärsmodeller, säger Martin Hallander.

För att behålla sin relevans har Arkivet under året arbetat fram en ny varumärkesplattform och uppdaterat sitt visuella uttryck.

– Vi är Modern Second Hand för den medvetna kvinnan. Ordet Modern syftar delvis på sortiment och kurering, men också på vårt unika erbjudande där vi gör det inspirerande och enkelt att cirkulera sin garderob i en fysisk miljö, säger Hallander.

### Politisk påverkan och framtidsvisioner

För att skapa bättre förutsättningar för second hand-marknaden i stort ser Arkivet behov av förändringar i regelverk och skattelagstiftning.

– Momsfrågan med dubbelbeskattning och olika förutsättningar för marknadsaktörerna är något som branschen, intresseorganisationer och politiken bör fortsätta diskutera under 2025. En lättnad i momsen skulle kunna ge kommersiell second hand en extra skjuts framåt, säger Hallander.

Trots utmaningar i omvärlden ser Arkivet positivt på framtiden.

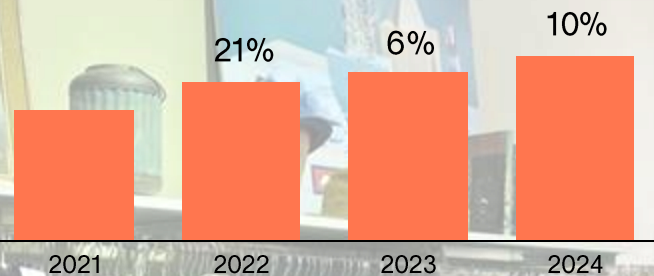
– Arkivet ser positivt på det kommande året, kommer fortsätta växa och vi ser fantastiskt mycket fram emot att välkomna både nya och gamla kunder i våra butiker, säger han.

På längre sikt är målet tydligt.

– Att fortsätta skapa framtidens moderna second hand för den medvetna kvinnan – i Sverige och så småningom även internationellt, avslutar Martin Hallander.



## Myrornas försäljningstillväxt 2021-2024, procent



# Myrorna:

## Myrorna visar vägen för en hållbar och cirkulär framtid

### Myrorna – Ledande inom hållbarhet och återbruk

Myrorna är en av Sveriges största och mest etablerade aktörer inom second hand och en viktig del av Frälsningsarméns arbete för social hållbarhet. Genom att erbjuda begagnade varor i både fysiska butiker och online främjar Myrorna en mer hållbar konsumtion samtidigt som de genererar medel till välgörande ändamål. Under 2024 har organisationen upplevt flera framgångar, och vi har pratat med Mirja Ahrén, försäljningschef, och Matilda Wester, varuförsörjningschef, för att få en djupare inblick i året som gått och framtidsplanerna.

### En stark utveckling under 2024

År 2024 har varit ett positivt år för Myrorna. Second hand-marknaden fortsätter att växa, och organisationen har tagit flera steg framåt för att möta den ökande efterfrågan. Bland annat har två nya butiker öppnats på strategiska platser, däribland Frölunda Torg i Göteborg, ett av stadens största shoppingcenter. För att stärka verksamheten ytterligare har Myrorna också rekryterat tre nya medarbetare med lång erfarenhet inom retail till försäljningsteamet.

– Om jag ska summera second hand-året 2024 ser vi en positiv trend i att second hand-marknaden växer och vi med den, säger Mirja Ahrén, försäljningschef på Myrorna. Det känns fantastiskt att kunna bidra till Frälsningsarméns arbete för människor i utsatthet.

Trots ökade kostnader är förväntningarna höga inför den kommande hållbarhetsrapporten, som kommer att visa en fortsatt uppåtgående trend i verksamhetens resultat.

### Konsumentbeteenden och populära produkter

Under året har allt fler människor hittat till Myrornas butiker och valt second hand som ett naturligt alternativ. En undersökning från december 2023 visade att 75 procent av de svarande hade handlat second hand under året. Särskilt bland yngre målgrupper är det en självklarhet att köpa begagnat.



Den största trenden är att fler människor hittar till våra butiker och väljer second hand som ett naturligt alternativ

Mirja Ahrén  
Försäljningschef, Myrorna



– Den största trenden är att fler människor hittar till våra butiker och väljer second hand som ett naturligt alternativ, säger Ahrén.

Julhandeln är ett annat område som visar på förändrade konsumentbeteenden. Enligt en undersökning kan åtta av tio tänka sig att ge bort en second hand-julklapp, en ökning från sju av tio året innan. Kläder är fortsatt den största produktkategorin försäljnings-mässigt, men böcker, tavlor och mattor har varit särskilt populära produkter under det senaste året, tillsammans med skor och accessoarer.

### Möjligheter och utmaningar framåt

Second hand-marknaden är fylld av möjligheter i takt med att fler konsumenter blir medvetna om de miljömässiga fördelarna med återbruk. Samtidigt finns det också utmaningar, särskilt när det gäller att vara tillgänglig både fysiskt och digitalt samt att säkerställa ett attraktivt och prisvärt sortiment.

– Möjligheterna är stora, eftersom fler blir medvetna om att vi inte kan konsumera nytt i samma takt som tidigare. Fler tar steget och handlar second hand, vilket är roligt, säger Ahrén.

För att möta dessa behov arbetar Myrorna med att utvärdera sina butikspatser och vidareutveckla sitt erbjudande.

### Insamling – kärnan i verksamheten

En viktig del av Myrornas arbete är insamlingen av kläder, textil och inredning, som utgör grunden för verksamheten. År 2024 har insamlingsvolymerna legat på samma nivå som året innan, med imponerande 5088 ton kläder och textil samt 3848 ton inredning insamlade. Detta motsvarar cirka 30 ton om dagen.

– Vi arbetar ständigt med att förbättra kvaliteten på det vi samlar in och utvärderar våra insamlingskanaler, berättar Matilda Wester, varuförsörjningschef. Under 2024 har detta varit ett stort fokus, och vi planerar att fortsätta testa nya samarbeten och metoder under 2025.

### Nya lagar och hållbarhetsmål

Den nya lagen om textilavfall, som kräver att allt textilavfall ska samlas in för återvinning eller återanvändning, kan ha stor påverkan på Myrorna. Samtidigt som lagen syftar till att minska avfallet saknas det fortfarande storskaliga lösningar för sortering och återvinning i Sverige.

– Det är viktigt att vi gör det enkelt att lämna in till oss och fortsätter informera om varför det är så värdefullt att skänka hela och rena kläder, säger Wester.

Myrorna strävar efter att så mycket som möjligt av det insamlade materialet ska återanvändas i Sverige. Organisationen samarbetar också med aktörer inom reparation och upcycling för att minska avfall och nå sin nollvision för export.

– Vi bidrar även i politiska sammanhang för att främja forskning och innovation kring cirkulära affärsmodeller, tillägger Wester.

### Behovet av politiskt stöd

För att stärka cirkulära affärsmodeller i Sverige efterlyser Myrorna en mer samordnad politisk strategi. Textilfrågan är ett område där brist på storskalig sortering och återvinningsindustri skapar hinder för utvecklingen.

– Det behövs en helhetssyn som ser till alla intressenters perspektiv innan lagar ändras, säger Wester.

Långsiktiga investeringar i forskning och innovation är också avgörande för att göra cirkulära affärsmodeller lönsamma. Wester avslutar med att understryka vikten av politiskt stöd för att säkerställa en hållbar framtid.

Matilda Wester  
Varuförsörjningschef, Myrorna



# 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.

Datinsamlingen 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 korregerar 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 december 2024 genomfördes 2037 intervjuer den 3-9 januari vilket motsvarade en deltagarfrekvens på 54 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 avhjälps 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