

# Black Week

A promotional graphic for Black Week. The background is a dark, monochromatic scene featuring several gift boxes wrapped in black paper with black ribbons. The boxes are arranged in a scattered, overlapping manner. The text 'Black Week' is prominently displayed in the upper left quadrant in a large, bold, white sans-serif font. The overall aesthetic is sleek and sophisticated.

2024

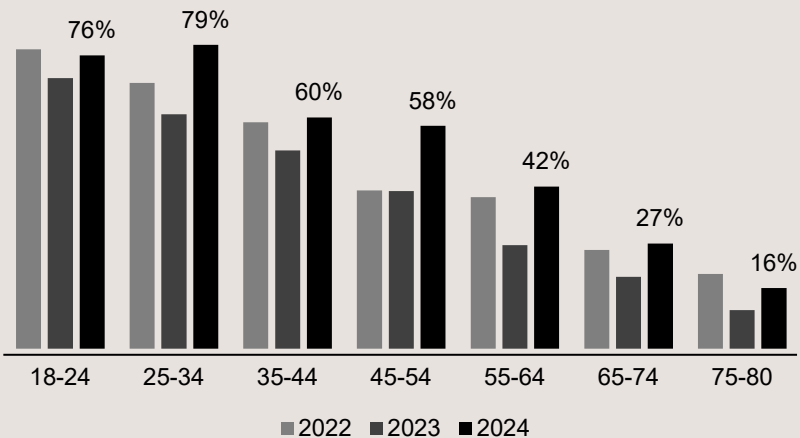
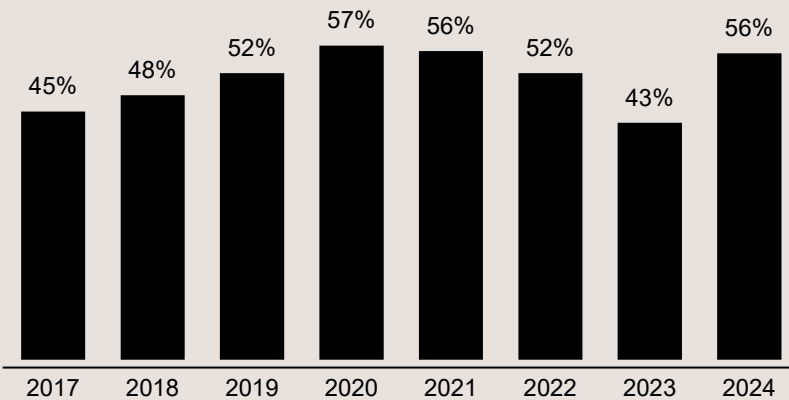
SH

- Black Friday är USA:s största shopping- och readag och markerar starten på julhandeln. Black Friday infaller dagen efter Thanksgiving, alltså den fjärde *fredagen* i november.
- I Sverige har Black Friday markant ökat i popularitet de senaste åren.
- Black Friday infaller i år den 29 november.
- Cyber Monday kallas måndagen efter Black Friday – i år den 2 december. I USA har detta varit e-handelns fortsättning på Black Friday som ursprungligen helt ägde rum i fysiska handeln.
- Black Weekend: Helgen mellan Black Friday och Cyber Monday.
- Black Week: Samlingsbegrepp för den kampanjperiod som ofta pågår hela veckan då Black Friday infaller.
- Black Week infaller i år mellan 25 till 29 november.

- Black Week infaller i år **25 - 29 november**. I en undersökning genomförd av Svensk Handel inför årets Black Week uppger totalt **sex av tio** att de planerar att handla, vilket kan jämföras med **fyra av tio** ifjol. Black Week är fortsatt mest populärt bland yngre konsumenter.
- Knappt **var tredje** avstår från köp av ekonomiska skäl, vilket är något lägre än i fjolårets undersökning. Miljömässiga skäl – som steg tydligt i förra årets undersökning - har sjunkit tillbaka igen, och befinner sig på lägsta nivån sedan frågan började ställas 2020.
- Black Week är **startskottet för julhandeln** och i år planerar något färre att köpa julklappar i samband med högtiden; totalt **sex av tio**, att jämföra med **sju av tio** ifjol. Andelen som planerar att handla julklappar i samband med högtiden är högst bland de yngre åldersgrupperna, och minskar succesivt upp i åldrarna.
- De största varukategorierna under Black Week är fortsatt **kläder, hemelektronik och skönhetsprodukter**. Andelen av konsumenterna som planerar att inhandla kläder och skönhetsprodukter stiger i årets mätning, medan något färre planerar att handla hemelektronik.
- Medan de större kategorierna – med undantag för hemelektronik - ökar i andel, så minskar andelen konsumenter som planerar att handla i de mindre kategorierna såsom barnartiklar, möbler och böcker.
- Bland de som planerar att handla förväntas det genomsnittliga köpbeloppet således bli högre jämfört med ifjol, vilket innebär att den totala konsumtionen förväntas stiga under året Black Week; totalt förväntas årets Black Week omsätta drygt **9,7 miljarder kronor**.

# Markant fler planerar att handla under årets Black Week, fortsatt störst intresse bland unga

## Andel konsumenter som planerar att handla under Black Week-rean



Källa: Konsumentundersökning oktober/november 2017-2024

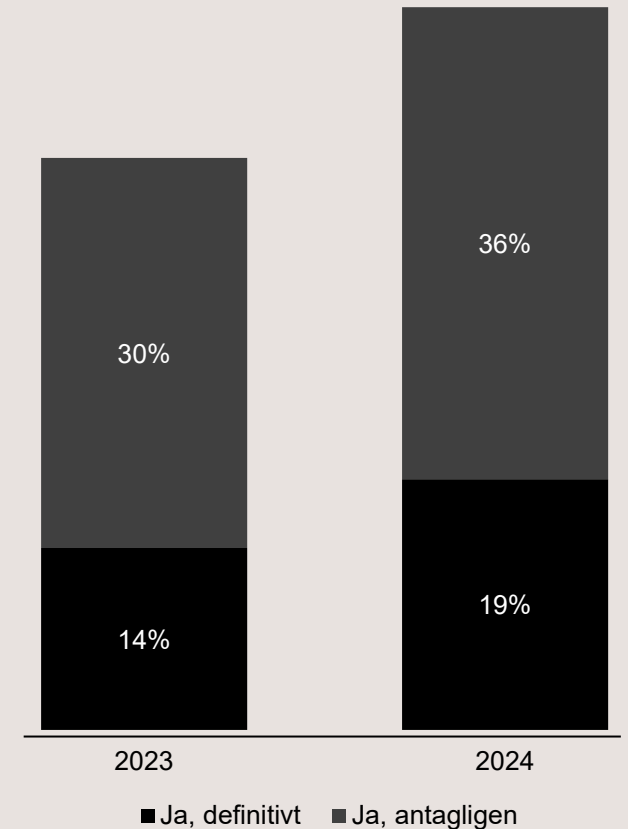
## Sex av tio planerar att handla under årets Black Week

Intresset för att handla under försäljningshögtiden steg tydligt mellan 2017 och 2020, där hela 56-57 procent uppgav att de planerade att handla under toppåren 2020 och 2021. Under de ekonomiskt ansträngda åren som följde, sjönk däremot andelen konsumenter som uppgav att de planerade att handla under försäljningsveckan. Inför Black Week i fjol, uppgav enbart fyra av tio att de planerade att handla – en lägre andel än 2017. Inför årets försäljningshögtid ser läget tydligt ljusare ut, med ett planerat deltagande som snuddar rekordnivåerna som observerades under pandemiåren.

## Ökat intresse i samtliga åldersgrupper

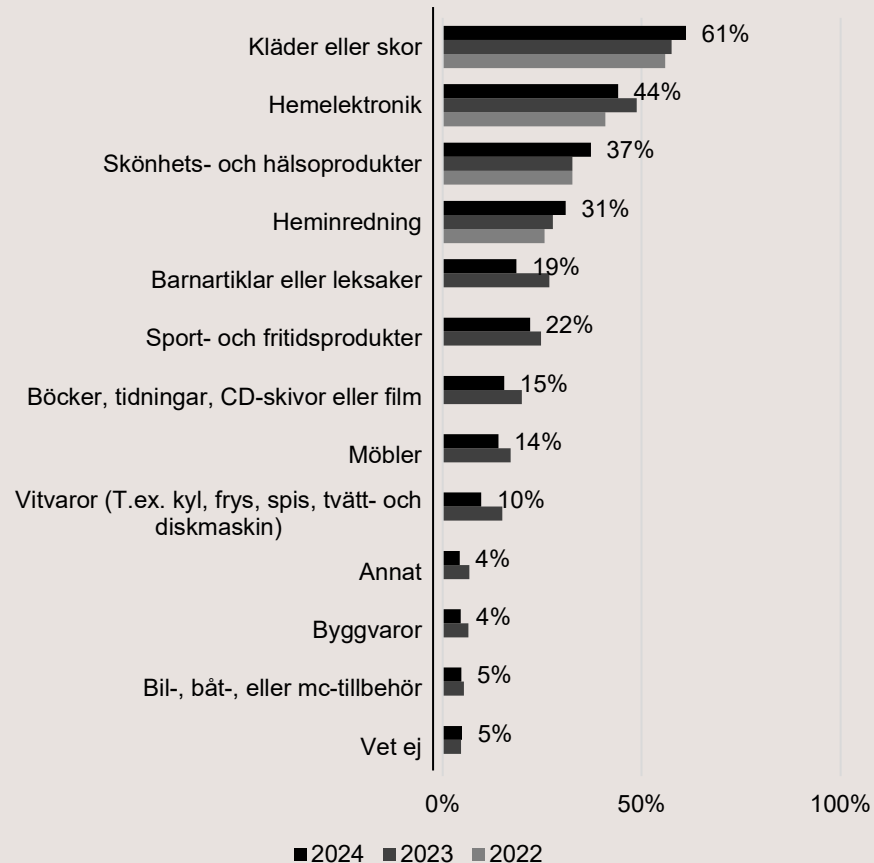
Vid en observation av intresset nedbrutet på ålder, är det uppenbart att den övergripande trenden för i år, med ökat intresse för högtiden, går igen i samtliga åldersgrupper. För de högre åldersgrupperna är det mer eller mindre en tillbakagång till de nivåer som observerades 2022, medan det för konsumenterna i medelåldern och unga vuxna mellan 25 och 34 är ett ordentligt uppsving.

## Planerar du att handla under årets Black Friday-rea?



# Mode, skönhet och inredning på uppgång inför årets Black Week

Du svarade att du planerar att handla under Black Friday. Vilken typ av varor planerar du att handla? Fler svarsalternativ möjliga.



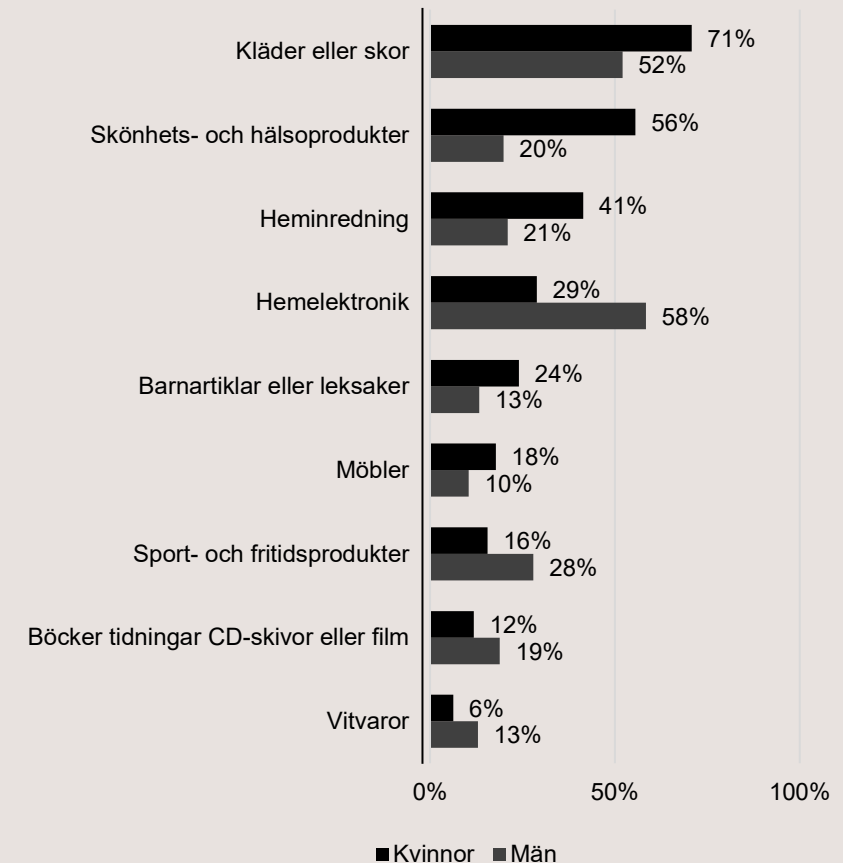
**Kläder och skor, hemelektronik samt skönhet- och hälso-produkter är fortsatt de klart mest populära kategorierna under Black Week.**

Inför årets Black Week sjunker andelen konsumenter som planerar att handla i majoriteten av produktkategorierna. Det är enbart inom mode, skönhet och heminredning som andelen ökar.

Andelen som uppger att de planerar att handla **hemelektronik** sjunker återigen, efter en uppstuds i fjol. Snittköpet i kategorin är typiskt sett högre än i många andra kategorier, vilket kan få somliga konsumenter att avstå köp. Samtidigt fortsätter den vara den näst största kategorin som konsumenter planerar att handla i under Black Week.

Kvinnor handlar i större utsträckning kläder, heminredning och skönhetsprodukter medan majoriteten av männen planerar att handla hemelektronik.

**Svarsalternativ per kön**

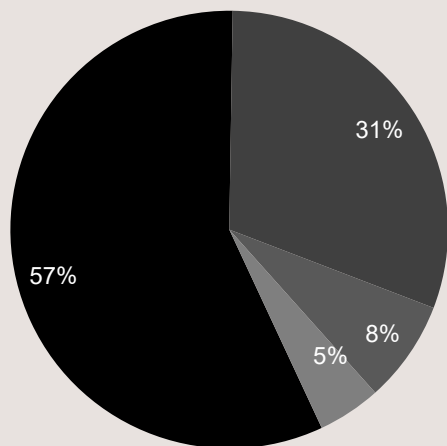


Bas: De som svarat att de planerar att handla under Black Week

# Fler handlar i fysiska butiker under årets Black Week



Tänker du handla i fysiska butiker eller på nätet under Black Friday (inklusive Black Week och Cyber Monday)?



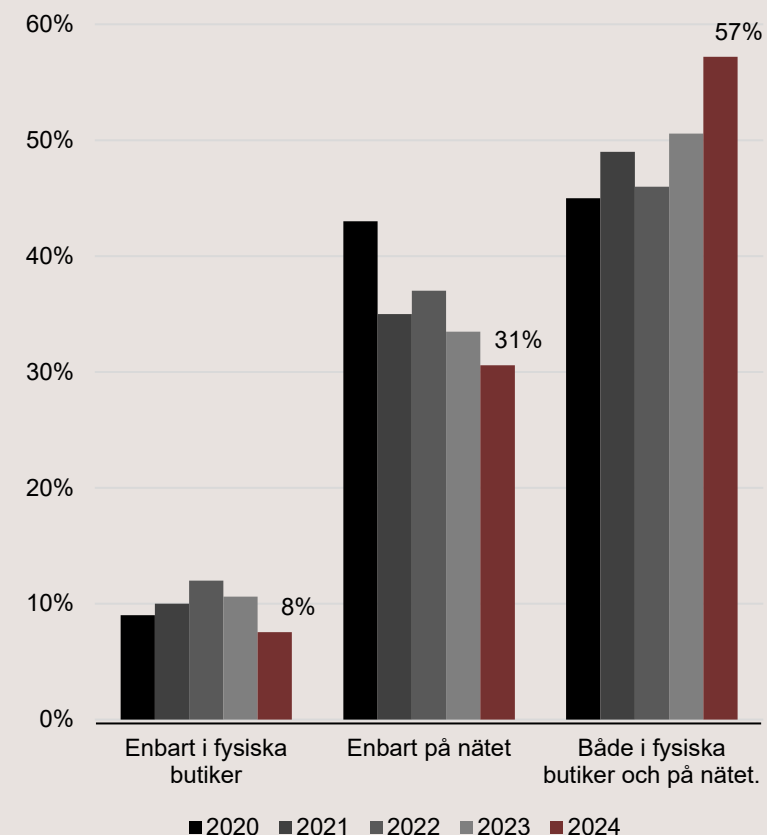
- Både i fysiska butiker och på nätet.
- Enbart på nätet
- Enbart i fysiska butiker
- Vet ej



Sedan 2020 – det år där andelen som enbart e-handlade under Black Week nådde sin topp tillfälligt – har denna andel sjunkit med över tio procentenheter, till förmån för att handla både i fysisk butik och online. Andelen konsumenter som enbart handlar i fysisk butik sjunker även den inför årets Black Week, och befinner sig fyra procentenheter lägre än den gjorde 2022.

Slutsatsen som går att dra är att konsumenterna i allt högre utsträckning rör sig i flera kanaler, snarare än en utvald kanal.

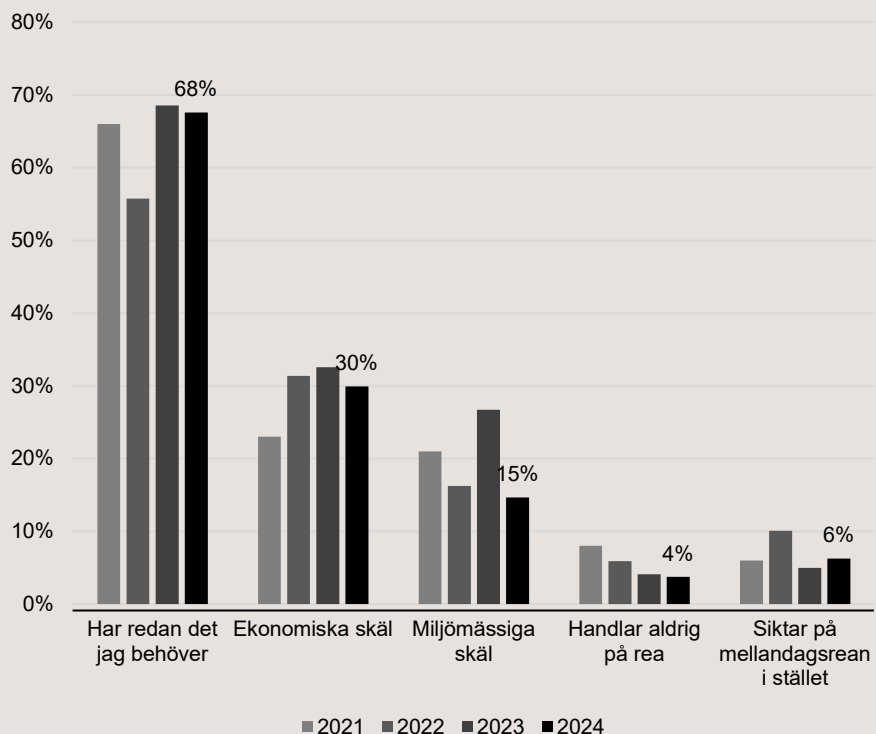
Tänker du handla i fysiska butiker eller på nätet under Black Friday (inklusive Black Week och Cyber Monday)?



Bas: De som svarat att de planerar att handla under Black Week

# Knappt var tredje avstår från Black Week av ekonomiska skäl – men miljön minskar i betydelse

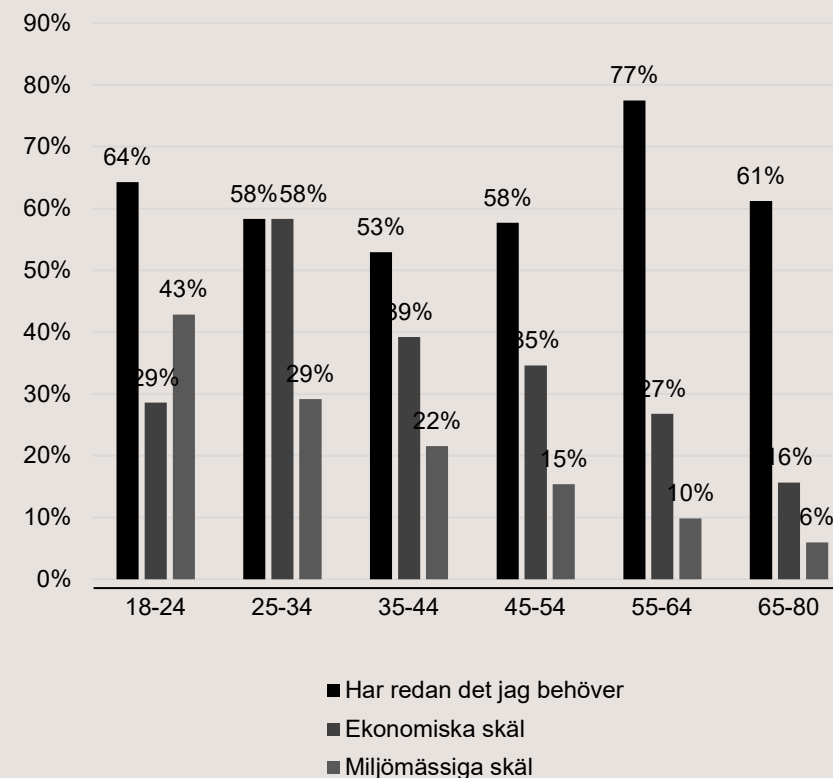
Du svarade att du inte planerar att handla under Black Friday (inklusive Black Week och Cyber Monday). Ange de främsta skälen till detta (max tre alternativ):



**32 procent** uppger att de inte planerar att handla under årets Black Week, vilket kan jämföras med **44 procent** ifjol. Det vanligaste skälet till att inte handla är fortsatt att man redan har det man behöver, men även miljömässiga skäl har stigit i betydelse, framför allt bland yngre. drygt var sjätte konsument anger detta som skäl i år – en nedgång från cirka var fjärde i fjol.

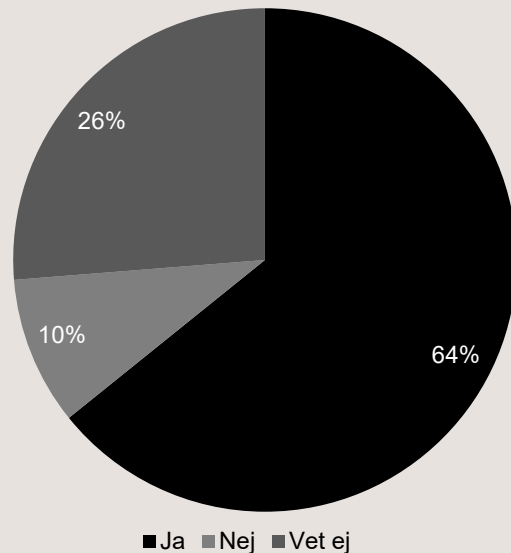
Att konsumenterna planerar att avstå från att handla under Black Week med hänvisning till sin ekonomiska situation är något som ökat under de senaste två åren. Inför årets försäljningshögtid fortsätter andelen som hänvisar till detta ligga högt, vilket indikerar att många fortsatt har det tufft ekonomiskt.

Svarsfördelning per åldersgrupp



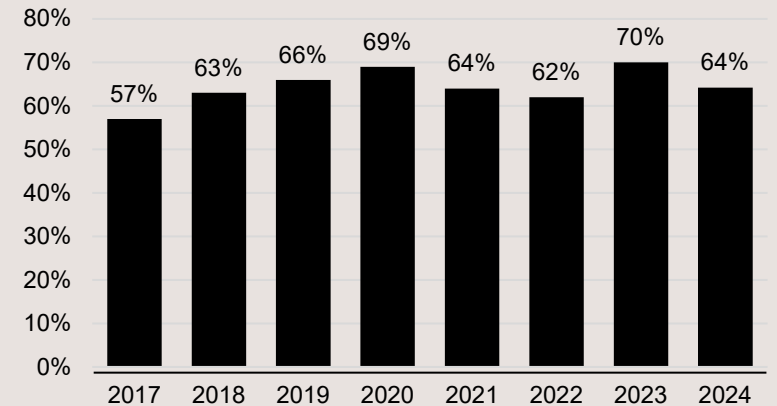
# Något färre planerar julklappsköp i samband med Black Week

Planerar du att köpa några julklappar under Black Friday (inklusive Black Week och Cyber Monday)?

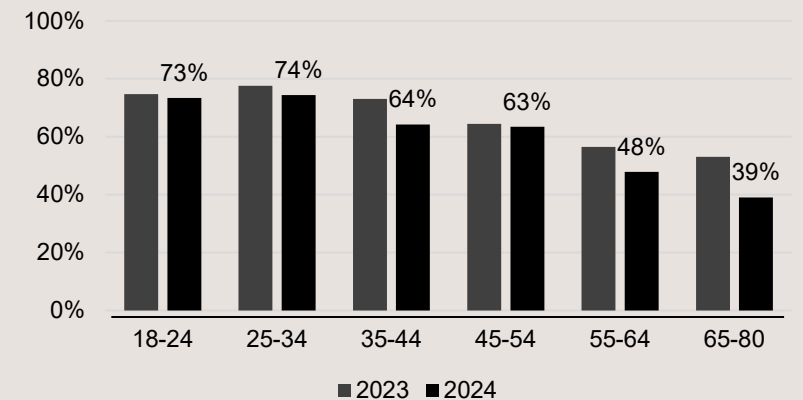


Drygt **sex av tio** planerar att köpa julklappar under årets Black Week. Detta är en minskning jämfört med förra året då motsvarande andel var sju av tio. Likt tidigare år återfinns den största andelen julklappshandlare i de yngre åldersintervallen, 18–24 och 25–34 år, medan andelen sjunker i takt med högre ålder. I år sjunker också andelen tydligt i de två översta åldersintervallen, men det är snarare en rekyl tillbaka till mer normala nivåer efter fjolårets ovanligt höga andel.

Andelen som svarat "Ja", 2017-2023



Andelen som svarat "Ja", per åldersgrupp

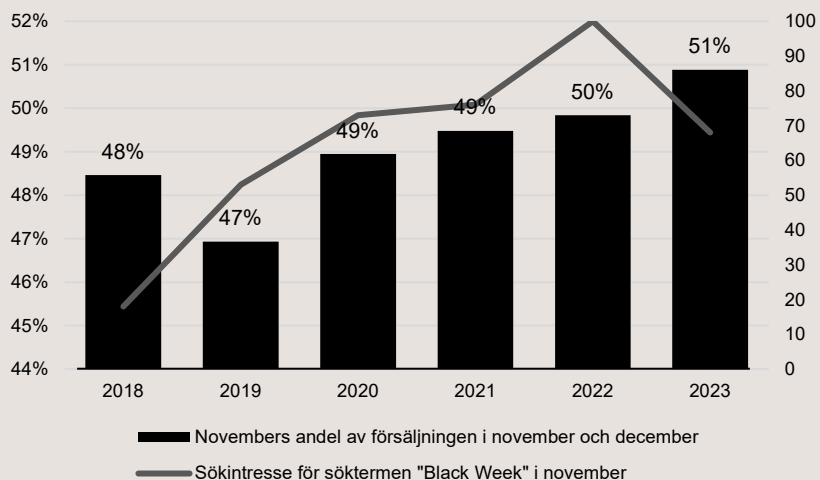




# Black Week – startskottet för julhandeln

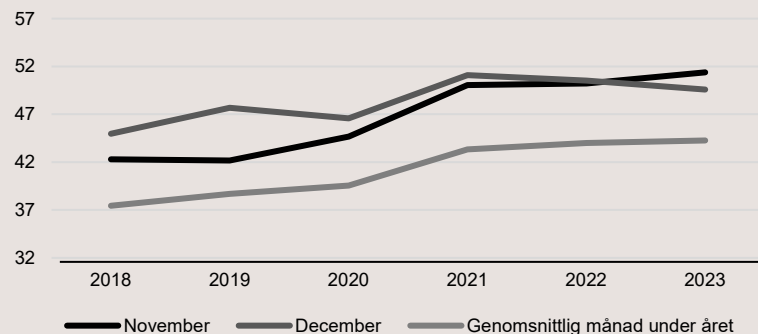


## Hela sällanköpsvaruhandeln



## Omsättning sällanköpsvaruhandeln, 2018 - 2023

Miljarder kronor



Källa: SCB, DHIK

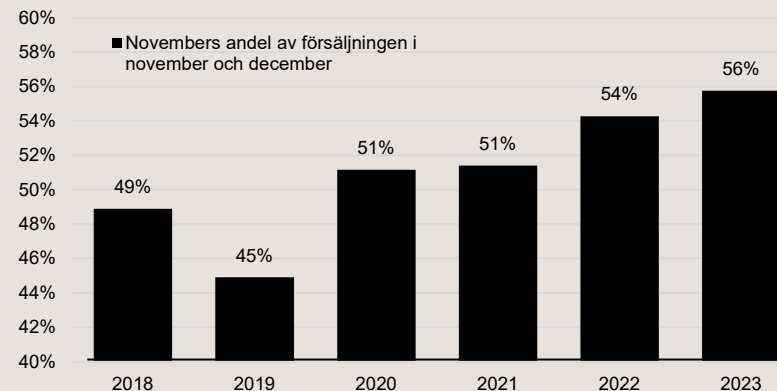
Black Week är numera **startskottet för julhandeln** och i takt med att intresset för Black Week stigit har även omsättningen i sällanköpsvaruhandeln under november tagit en allt större andel av november- och decembers totala omsättning.

Under 2014, innan Black Week blivit ett stort fenomen i Sverige, stod november för 44 procent av den totala omsättningen i sällanköpsvaruhandeln under november och december, vilket är i nivå med en genomsnittlig månad. Novemberhandeln har sedan stigit i snabbare takt än decemberhandeln, med undantag för 2019, för att under 2023 vara större än decemberhandeln.

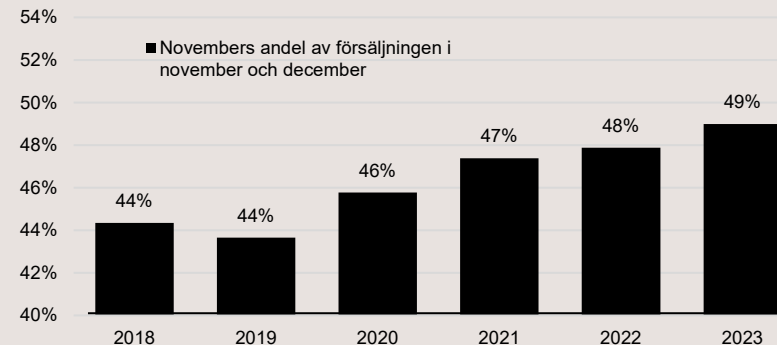
Black Week har således bidragit till en omfördelning av en del av konsumtionen under december till november. Omfördelningseffekten är särskilt tydlig i varukategorier som vanligtvis är populära under Black Week. Elektronikhandeln är ett sådant exempel; novemberförsäljningen gick om den i december 2020, och sedan dess har avståndet ökat ytterligare.

Inom klädhandeln – den största kategorin under Black Week – är november nära att gå om december i fråga om försäljning. 2023 uppgick försäljningsandelen till 49 procent – en ökning i andelen år över år sedan 2019.

## Elektronikhandeln



## Klädhandeln



# Försäljningen förväntas stiga under årets Black Week och omsätta omkring 9,7 miljarder kronor



## Fler planerar att handla under årets Black Week...

De senaste tre åren har varit synnerligen tuffa för de svenska hushållen, dels med anledning av den skenande inflationen som försvagat köpkraften betydligt, men också genom höjd styrränta. Den senare har framför allt slagit hårt mot de med höga bostadslån, men även de med andra typer av konsumtionslån såsom blanco- och billån. Detta har i sin tur lett till att hushållen dragit ner på sin konsumtion i största allmänhet, och under Black Week. I år ser det däremot ljusare ut för försäljningshögtiden, med en hög andel konsumenter som uppger att de kommer handla under försäljningsveckan.

## ...och de som handlar spenderar en högre summa

Konsumenternas köpplaner tyder också på ett högre genomsnittligt köpbelopp bland de som faktiskt ska handla – även om färre planerar att handla inom typiskt sett dyrare varukategorier såsom hemelektronik och vitvaror, samtidigt som en lägre andel planerar att köpa julklappar jämfört med ifjol. Vidare backar majoriteten av varukategorierna, som konsumenterna planerar att handla i. Det är enbart de större kategorierna – mode, skönhet och heminredning – som stiger inför årets Black Week. På det stora hela tros försäljningen trots detta vara högre än under fjolåret.

## Konsumtionen under Black Week förväntas därmed stiga 2024

Svensk Handels prognos är att försäljningen under årets Black Week är högre än under 2023 och landar på knappt 9,7 miljarder - en ökning från 8,7 miljarder ifjol.



Faktorer som talar för  
högre konsumtion  
jämfört med förra året



Faktorer som talar för  
lägre konsumtion  
jämfört med förra året

+

Fler planerar att handla under årets Black Week

-

Färre uppger att de planerar att handla julklappar i samband med Black Week i år

+

De som planerar att handla, uppger att de kommer handla för mer än förra året

-

Andelen konsumenter som planerar att handla i mer kapitalintensiva produkt-kategorier är lägre i år

+

Förhoppning om lägre inflation och räntor framåt bland hushållen

-

Andelen konsumenter som planerar att avstå från att handla av ekonomiska skäl är fortsatt hög

+

Förbättrat hushållssentiment

-

Större marginaler i hushållens ekonomi - genom reallöneökningar och sänkt ränta - har ännu inte konverterat till högre konsumtion

+

Styrräntan har redan sänkts flertalet gånger

- 
- Underlaget till denna rapport är en konsumentundersökning i november 2024.
  - **Konsumentundersökningen** genomfördes som en webbenkät av ett externt undersökningsföretag på uppdrag av Svensk Handel. 1000 personer i Sverige mellan 18 och 79 år deltog. Enkäten stratifieras med avseende på kön, ålder och geografi och genomfördes november 2024.

# Kontaktuppgifter

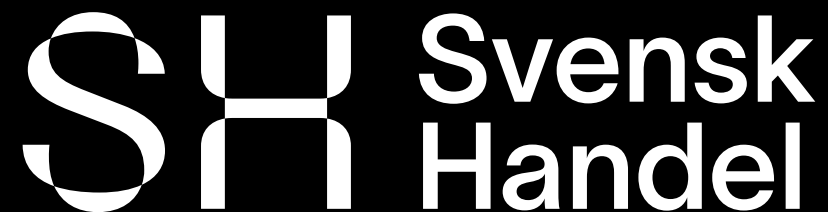
**För mer information:**

Presskontakt, Svensk Handel, 010-47 18 650

**För frågor om innehållet i rapporten kontakta:**

Brill Ivarsson, analytiker Svensk Handel, 076-698 30 09

[svenskhandel.se](https://svenskhandel.se)





SH Svensk  
Handel