

Pressmeddelande 2023-11-27

Black Friday ökar i omsättning – fler men lägre rabatter präglar rean

Omsättningen under Black Friday ökar trots, eller tack vare, en större prismedvetenhet bland konsumenterna. Det konstateras när Prisjakt och Svea Bank summerar Sveriges största shoppinghögtid. Samtidigt minskar e-handelsförsäljningen under den längre Black Week-perioden med 2,2 procent jämfört med i fjol, medan Black Friday som enskild dag ökar med 2,4 procent.

Att den längre reaperioden minskar i år visar att svenskarna blivit mer prismedvetna och tenderar att hålla i plånboken till fredagen. Positivt för konsumenterna är att andelen produkter med lägre pris under reaperioden har ökat, däremot var snittrabatten marginellt lägre. Fredagen är fortsatt den dag med flest prissänkta varor och mest rabatt. Prisjaks statistik visar att rabatterna i genomsnitt var omkring 20 procent.

Black Friday tog hem 34 procent av försäljningen under Black Week, det vill säga den vecka som leder fram till årets största readag. Att Black Friday i år sammanföll med löneutbetalningar och besked från Riksbanken om oförändrad ränta kan också förklara att dagen i år växte i betydelse.

– E-handeln har det tufft just nu och därför är det roligt att se att Black Friday ökar. Trots att svenskarna har gjort färre köp har man spenderat mer per order. Samtidigt har resterande tidsperiod gått ned något. Konsumenterna är mer prismedvetna och eftertänksamma nu vilket syns i årets siffror, säger Emma Lindgren, expert på digital konsumtion på Svea Bank.

Årets statistik från prisjämförelsesajten Prisjakt visar också att en större andel produkter var rabatterade under det som kallas Black Month (1 nov - 24 nov) än föregående år. Däremot har den genomsnittliga rabattsatsen sjunkit. Årets genomsnittliga prissänkning låg på omkring 20 procent, jämfört med tidigare år då den har legat runt 22 procent. Samtidigt visar en undersökning från Kantar på uppdrag av Prisjakt att konsumenterna förväntade sig rabatter på i genomsnitt 37 procent.

– Prisjaks data visar att det var fler produkter på rea i år, men att prissänkningarna inte motsvarade konsumenternas förväntningar. Det kan med andra ord vara så att man hoppats göra ännu större fynd och därför väntat in själva Black Friday, säger Oscar Hagman, konsumentanalytiker på Prisjakt.

Statistik

Black Friday (24 nov):

Procentuell förändring i omsättning mot 2022: 2,4% (Svea Bank)

Procentuell förändring i antal transaktioner mot 2022: -4,7%

Black Week (20-24 nov):

Procentuell förändring i omsättning mot 2022: -2,2% (Svea Bank)

Procentuell förändring i antal transaktioner mot 2022: 0%

Black Month (1-24 nov):

Procentuell förändring i omsättning mot 2022: -1,8 %

Procentuell förändring i antal transaktioner mot 2022: -4,4%

Underlaget hämtas från samtliga populära betalsätt (kort, Swish, direktbank, faktura och delbetalning). Tillsammans representerar dessa 93% av Sveriges digitala betalmarknad. Statistiken jämför försäljningsdata från samma e-handlare – handlare som tillkommit eller fallit bort sedan senaste mätningen inkluderas inte*.

Prisstatistik

Inför Black Friday 2023 förväntade sig svenskarna rabattsatser på i genomsnitt 37 procent, visar en nationell undersökning från Kantar på uppdrag av Prisjakt**. Resultatet var dock följande:

Andel produkter med lägre pris på Black Friday (24 nov): 55 % (Black Friday 2022: 43%)

Andel produkter med högre pris på Black Friday (24 nov): 16 % (Black Friday 2022: 22%)

Snittrabatt på produkter: 20,45% (Black Friday 2022: 22%)

Prisnedgång totala marknaden: 5,85% (Black Friday 2022: 4,44%)

(Data ovan från Prisjakt***)

Mest populära klockslaget att handla på Black Friday enligt Svea: 21:50

Trendande produktkategorier under Black Week 2023 (20 nov - 24 nov), ökning jmf. med samma period förra året (Prisjakt**):**

Sovmasker 662%

Gåvoboxar 452%

Barnskor 327%

Böcker 209%

Bilbatteriladdare 177%

Bärbara spelkonsoler 141%

Tofflor 101%

Kylskåp 91%

Gosedjur 87%

Mikrofoner 83%

Populäraste varorna (köpintresse**) på Prisjakt under Black Friday 2023 (24 nov):**

Sony PlayStation 5 (PS5) 825GB

Apple AirPods Pro (2nd Generation) 2023 USB-C

Apple AirPods (2nd Generation) Wireless In-ear med Lightning Laddningsetui

Apple iPhone 13 5G 4GB RAM 128GB

Google Chromecast med Google TV (HD)

Nintendo Switch 2019 32GB

COSORI Premium Airfryer (CP158)

Microsoft Xbox Series X 1TB 2020

Sony WH-1000XM4 Wireless Over-ear Headset

Roborock Q7 Max +

Populära varor med stor prisnedgång mot 1 november (Prisjakt**):**

Monopol Sverige är Vackert -58%

Gabby's Dollhouse Advent Calendar 2023 -52%

EA Sports FC 24 (PS5) -40%

Fjällräven Kånken -35%

Bose QuietComfort SE Wireless Over Ear -34%

*Om Sveas statistik

Underlaget hämtas från samtliga populära betalsätt (kort, Swish, direktbank, faktura och delbetalning). Tillsammans representerar dessa 93 % av Sveriges digitala betalmarknad. Statistiken jämför försäljningsdata från samma e-handlare – handlare som tillkommit eller fallit bort sedan senaste mätningen inkluderas inte.

**Statistik från Kantar och Prisjakt's undersökning. Undersökningen genomfördes via Kantars riksrepresentativa och slumpmässigt rekryterade webbpanel i slutet av september 2023. Totalt har 1 000 intervjuer samlats in bland den svenska allmänheten av personer i åldrarna 18-79 år.

***Prisjakt Price Index, ett verktyg utvecklat av Prisjakt som rapporterar om prisändringen (%) på produkter och produktkategorier. Urvalet för undersökningen under Black Friday 2023 var totalt 505 625 produkter, den 1 november jämfört med 24 november 2023. För att säkerställa relevans i utbud viktas varor som genererar konsumentintresse (klick) under perioden högre än ej populära varor. För statistiken om genomsnittlig prisnedgång på rabatterade varor har Prisjakt utgått från prisnedgången på varor som gick ner med minst 10 procent i pris, något som Prisjakt definierar som en äkta rabatterad vara.

**** Prisjakt's Consumer Interest Index. Consumer Interest Index rapporterar om miljontals svenskars köpintresse (klick från Prisjakt till butik) för olika typer av produkter och produktkategorier. Denna specifika undersökning inkluderade köpintresset den 20-24 november 2023 jämfört med samma period under Black Week förra året. Kategorierna som listas har haft ett ovanligt högt köpintresse, jämfört med förra årets Black Week-period.

För mer information

Emma Lindgren
Expert digital konsumtion, Svea Bank
070-752 32 90
emma.lindgren@svea.com

För mer information

Oscar Hagman
Konsumentanalytiker, Prisjakt
070-899 46 74
oscar.hagman@prisjakt.nu

Om Svea Bank:

Svea Bank är en koncern med finansiell verksamhet i ett flertal europeiska länder. Med 40 års erfarenhet av att hjälpa företag och privatpersoner med deras likviditet är Svea ett naturligt val när de behöver en finansieringspartner. Sveas betallösningar lanserades 2007 och används i dag av 15 000 e-handlare i hela Norden med 7,5 miljoner kunder. Sveas lösningar möter konsumenternas förväntningar på en smidig kundupplevelse och e-handlarnas behov av en hög konvertering. Siffrorna bygger på data från betalningar genom Sveas betallösningar och är därmed representativa för handeln i stort. Statistiken är hämtad från alla populära betalsätt,



exempelvis Swish, kort, direktbank, faktura och delbetalning. Siffrorna ska därför inte jämföras med andra aktörer som bara sköter vissa typer av betalningar.

Om Prisjakt:

Prisjakt är Nordens ledande objektiva produkt- och prisjämförelsetjänst. Affärsidén har sedan starten 2002 alltid varit densamma – att hjälpa konsumenter fatta bättre köpbeslut. Miljontals konsumenter besöker tjänsten varje månad vilket ger dem en god bild av marknaden. Datan är unik på det sättet att Prisjakt både kan se hur lagerstatus och priser förändras hos e-handlare, samt hur konsumenternas köpintresse utvecklas.