

Pressmeddelande 2024-11-30

Black Friday-perioden ökar i omsättning – men färre rabatter präglar rean

Den totala omsättningen för försäljningen under hela Black Friday-perioden ökar i år, medan omsättningen för Black Friday som enskild dag sjunker. Samtidigt rabatterades färre produkter under rean. Det konstateras när Prisjakt och Svea Bank summerar Sveriges största shoppinghögtid.

Efter en tuff tid för både handlare och konsumenter visar återigen den totala försäljningen för perioden under Black Friday starka siffror. Den totala e-handelsförsäljningen under Black Week ökar med 9,8 procent jämfört med i fjol, medan Black Friday som enskild dag minskar med 5,1 procent. För konsumenterna har dock Black Friday inte varit lika fördelaktig som tidigare år. Andelen produkter som sänktes i pris minskade med 10 procentenheter jämfört med i fjol samtidigt som snittrabatten är i princip oförändrad.

Ett par avgörande faktorer till reaperiodens starka resultat kan förklaras med Riksbankens räntesänkningar under hösten och att löneutbetalningar skett tidigt under Black Week till skillnad mot 2023.

– I år ser vi tydligt att handeln ökar i volym. Detta är självklart positivt för många av landets e-handlare som har utmanande år bakom sig. Något som haft stor påverkan på årets reaperiod är att lönen kom i början av veckan. Fler har spridit ut sin shopping över hela Black Week istället för att koncentrera inköpen till fredagen. En dubbel räntesänkning i november har också bidragit till en ökad köpkraft hos hushållen, många passar på att börja julhandla redan nu, säger **Emma Lindgren, expert på handel och konsumtion på Svea Bank.**

Årets statistik från prisjämförelsesajten Prisjakt visar också att en mindre andel produkter var rabatterade på Black Friday i år. Den genomsnittliga rabatten är så gott som oförändrad. Årets genomsnittliga prissänkning låg på knappt 21 procent. Samtidigt visar en undersökning från Kantar på uppdrag av Prisjakt att konsumenterna förväntade sig rabatter på i genomsnitt 38 procent.

– Många hushåll har haft en ansträngd ekonomi men nu finns det äntligen mer utrymme för shopping. Samtidigt verkar rean inte riktigt ha levt upp till konsumenternas förväntningar, både vad gäller antalet rabatterade produkter och storleken på rabatterna, säger **Isabella Ahmadi, konsumentexpert på Prisjakt.**

Statistik

Statistik från Svea Bank

Black Friday (29 nov 2024) vs Black Friday (24 nov 2023): *

Procentuell förändring i omsättning mot 2023: -5,1%
Procentuell förändring i antal transaktioner mot 2023: -5,6%
Procentuell förändring i snittorder mot 2023: +0,5%
Tidpunkt när det var mest populärt att handla: 21:55

Black Week (mån-fre 25–29 nov 2024) vs (mån-fre 20–24 nov 2023): *

Procentuell förändring i omsättning mot 2023: +9,8%
Procentuell förändring i antal transaktioner mot samma tidsperiod 2023: +12,9%
Procentuell förändring i snittorder mot samma tidsperiod 2023: -2,8%

Black Month (30 okt-28 nov 2024) vs (25 okt-24 nov 2023): *

Procentuell förändring i omsättning mot 2023: +7,1 %

Procentuell förändring i antal transaktioner mot samma tidsperiod 2023: +5,3%

Procentuell förändring i snittorder mot samma tidsperiod år 2023: +1,8%

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

Statistik från Prisjakt**Prisstatistik**

Inför Black Friday 2024 förväntade sig svenskarna rabattsatser på i genomsnitt 38 procent, visar en nationell undersökning från Kantar på uppdrag av Prisjakt**. Så här blev Black Friday-rean:

Andel produkter med lägre pris på Black Friday (29 nov): 45% (Black Friday 2023: 55%)

Andel produkter med högre pris på Black Friday (29 nov): 26% (Black Friday 2023: 16%)

Snittrabatt på produkter: 20,65% (Black Friday 2023: 20,45%)

Prisnedgång totala marknaden: -3,65% (Black Friday 2023: -3,61%)

(Data ovan från Prisjakt*)*****Trendande produktkategorier under Black Week 2024 (25 nov - 29 nov), ökning jmf. med samma period förra året (Prisjakt****):**

Glassmaskiner +505%

Pingisbord +407%

Pingisracket +354%

Power station +293%

Julbelysning +235%

Gåvoboxar, set och multiprodukter +191%

Robotdamsugare +154%

Vattenflaskor +160%

VR-glasögon +125%

3D-skrivare +115%

Radio +93%

Espressomaskiner +75%

(Data ovan från Prisjakt*)*****Populäraste varorna på Prisjakt under Black Week 2024 (29 nov) ***:**

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

Apple iPhone 15 5G 6GB RAM 128GB

Apple iPad 10.9" 64GB 2022 (10th generation)

Sony Playstation DualSense White (PS5)

Sony Playstation 5 Slim Digital Edition 1TB (PS5)

Apple iPhone 13 5G 4GB RAM 128GB

Roborock Q8 Max+

(Data ovan avser köpintresse på Prisjakt*)***

***Om Svea Banks statistik**

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.

***Statistik från Kantar och Prisjakt's undersökning. Undersökningen genomfördes via Kantars riksrepresentativa och slumpmässigt rekryterade webbpanel i slutet av september 2024. Totalt har 1 001 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 2024 var omkring 555 300 produkter, den 1 november jämfört med 29 november 2024. 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 25–29 november 2024 jämfört med samma period förra året. Kategorierna som listas har haft ett ovanligt högt köpintresse jämfört med förra året.*

För ytterligare information, kontakta:

Emma Lindgren

Expert på handel & konsumtion, Svea Bank
070-752 32 90
emma.lindgren@svea.com

Isabella Ahmadi

Konsumentexpert, Prisjakt
073-800 59 58
isabella.ahmadi@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.

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.