Pressmeddelande 2026–11–23

Black Month ökar – tredubblat köpintresse för Switch 2-spel

Omsättningen under Black Month ökade med 13,69 procent under perioden 1–22 november jämfört med samma period i fjol, enligt Svea Bank. Prisjakts siffror visar att köpintresset för Nintendo Switch 2-spel ökade med 204 procent och att var fjärde produkt var på kampanj när Black Week inleddes.

Svea Banks siffror för 1–22 november visar att omsättningen ökade med 13,69 procent jämfört med samma period 2025. Antalet transaktioner ökade med 8,37 procent och det genomsnittliga ordervärdet steg med 4,91 procent.

– Redan före Black Week ser vi en tydlig ökning jämfört med i fjol. Det är framför allt fler köp som driver upp omsättningen, samtidigt som kunderna i genomsnitt handlar för mer per order. November blir en allt viktigare månad för både konsumenter och e-handlare, säger **Magdalena Caesar, affärsområdeschef för betallösningar på Svea Bank.**

Fyra av tio svenskar planerar att handla under Black Friday, med en genomsnittlig budget på 3 561 kronor. Kläder, skor och accessoarer står på flest inköpslistor, följt av hemelektronik och skönhet och hälsa. Det visar Prisjakts konsumentundersökning Konsumentkompassen.*

På Black Weeks första dag var 25,3 procent av produkterna på kampanj, jämfört med 27,7 procent på öppningsdagen i fjol. Den genomsnittliga rabatten var 18,5 procent, jämfört med 19,9 procent i fjol.**

Köpintresset för Nintendo Switch 2-spel ökade med 204 procent under 1–22 november jämfört med samma period i fjol. För 3D-skrivare ökade det med 65 procent. Mobiltelefoner, spelkonsoler och hörlurar lockade störst köpintresse den 1–22 november, och Nintendo Switch 2 toppade listan över enskilda produkter.***

– Konsumenterna är definitivt sugna på att Black Friday-fynda och letar brett över segmenten efter erbjudanden. Särskilt Nintendo Switch 2 och Playstation 5 lockar många. Och det gör även det nysläppta spelet GTA 6, som i raketfart klättrat upp på topplistan över mest klickade produkter. Spelet kan dock inte anses vara ett Black Friday-fynd utan snarare en oerhört populär produkt, säger **Isabella Ahmadi, konsumentexpert på Prisjakt.**

Statistik

Statistik från Svea Bank

Black Month (1–22 november 2026) jämfört med samma period 2025
Procentuell förändring i omsättning mot 2025: +13,69 %
Procentuell förändring i antal transaktioner mot samma tidsperiod 2025: +8,37 %
Procentuell förändring i snittorder mot samma tidsperiod år 2025: +4,91 %

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 Prisjakt

Genomsnittlig Black Friday-budget: 3 561 kronor
Populäraste varukategorierna: Kläder & accessoarer, Hemelektronik, Skönhet & hälsa
(Data ovan från Konsumentkompassen – Prisjakt/Opinion)*

Andel produkter på kampanj 23 november 2026: 25,3% (Första dagen på Black Week 2025: 27,7%)
Genomsnittlig rabatt på kampanjpriser 23 november 2026: 18,5% (Första dagen på Black Week 2025: 19,9%)
*(Data ovan från Prisjakt**)*

Trendande produktkategorier under Black Month 2026 (1–22 nov), ökning jmf. med samma period förra året (Prisjakt*):**

Nintendo Switch 2-spel +204 %
3D-skrivare +65 %
Filmer +51 %
Actionfigurer +37 %
Spelkonsoler +33 %
Böcker +21 %
Löparskor +15 %
Gåvoboxar, set & multiprodukter +13 %

Populäraste produktkategorierna på Prisjakt 1–22 november 2026***

1. Mobiltelefoner
2. Spelkonsoler
3. Hörlurar
4. TV-apparater
5. Parfym

Populäraste produkterna på Prisjakt 1–22 november 2026***

1. Nintendo Switch 2
2. Sony PlayStation 5 Slim 1TB (PS5)
3. Grand Theft Auto VI (PS5)
4. The Legend of Zelda: Ocarina of Time (Switch 2)
5. Nintendo Switch 2 – The Legend of Zelda 40th Anniversary Edition

*Prisjakt genomförde en riksrepresentativ undersökning i samarbete med analysföretaget Opinion inför Black Friday, som publicerades i rapporten Konsumentkompassen Q4 2026. Datainhämtningen utfördes av Norstat. Undersökningen genomfördes mellan den 29 september och 5 oktober 2026. Totalt deltog 1 010 svenskar i åldrarna 18–79 år.

**Prisjakt mäter andel kampanjpriser och den genomsnittliga rabatten (medelvärde) bland butiker som använder funktionaliteten på plattformen. För denna analys ingick 6 797 750 produkter. Datan avser första dagen på Black Week, det vill säga den 23 november 2026, och jämförs mot den 24 november 2025.

***Prisjakt mäter köpintresse som klick från Prisjakt till butik. Trendlistan jämför 1–22 november 2026 med samma period 2025. Topplistorna visar de mest klickade produktkategorierna och produkterna 1–22 november 2026.

För ytterligare information, kontakta:

Magdalena Caesar,
Affärsområdeschef Payments, Svea Bank,
072–5574589
magdalena.caesar@svea.com

Isabella Ahmadi
Konsumentexpert, Prisjakt
073-800 59 58
isabella.ahmadi@prisjakt.nu

Om Svea Bank:
Svea Bank AB (publ) är moderbolag i 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 vision är att vara en ledande finansiell aktör i Europa.

Om Prisjakt
Prisjakt är Nordens ledande oberoende pris- och produktjämförelsetjänst. Affärsidén har sedan starten 2002 alltid varit densamma – att hjälpa konsumenter ta bättre köpbeslut. Det här gör Prisjakt genom att samla in och förmedla ärlig och transparent information, om allt från butiker, produkter och priser. Varje månad besöker miljontals konsumenter Prisjakts tjänst, som finns i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Frankrike, Spanien, Irland, Storbritannien, Polen och Nya Zeeland.