



Black Friday

Handlevaner, kjøpserfaringer og pris

Enhet for innsikt og avdeling for forbrukerpolitikk
Oktober 2025

Utvalg og metode



Metode, målgruppe og utvalg

Undersøkelsen er gjennomført som en kvantitativ webundersøkelse. Undersøkelsen er utført av Norstat på vegne av Forbrukerrådet. Utvalget er rekruttert fra Norstats web-panel, som består av om lag 120.000 personer som svarer på spørreundersøkelser regelmessig. Målgruppen for undersøkelsen er den norske befolkningen i alderen 18 år og eldre.

Respondentene i panelet er i hovedsak telefonvervet, og panelet er satt sammen på en måte som gjør at medlemmene er mest mulig representative for den norske befolkningen. Dataene er vektet etter kjønn, alder og geografi, basert på SSBs befolkningsstatistikk.

Tidsperiode feltarbeid

Datainnsamlingen ble gjennomført i perioden 8. oktober – 14. oktober 2025

Antall intervju

1001

16% svarprosent

Feilmarginer

Omkring 3 prosentpoeng ved 1000 intervju. Feilmarginene for tall i undergrupper er større.

Alle forskjeller mellom grupper som omtales er statistisk signifikant. Prosentandeler presenteres i hele tall. På grunn av avrundinger summeres dermed ikke alltid totalen til 100%.



Om utvalget

Dataene er vektet for å justere eventuelle skjevheter og unøyaktigheter i utvalget. Vektingen ble da utført på kjønn, alder og geografi (landsdel), basert på SSBs befolkningsstatistikk

Kjønn	Uvektet antall	Uvektet prosent	Vektet antall	Vektet prosent
Mann	520	52%	502	50%
Kvinne	481	48%	499	50%
Alder				
18-29 år	157	16%	187	19%
30-39 år	167	17%	176	18%
40-49 år	147	15%	161	16%
50-59 år	225	22%	167	17%
60+ år	305	30%	310	31%
Landsdeler				
Nord-Norge	93	9%	89	9%
Midt-Norge	131	13%	136	14%
Vestlandet	193	19%	204	20%
Østlandet	289	29%	304	30%
Sørlandet inkludert Telemark og Vestfold	118	12%	136	14%
Oslo	177	18%	132	13%





Spørsmål i undersøkelsen

- Hvor mange planlegger å handle på Black Friday?
- Hvor er det man vanligvis pleier å handle på Black Friday?
- Handlevaner og ulike forhold ved handling på Black Friday:
- Er norske forbrukere enig i at fenomenet påvirker til kjøp når produktet er på salg, påvirker til å kjøpe mer enn planlagt, bekymret for aspekter som reklametrykk, miljø og etiske forhold ved førpriser?
- Har norske forbrukere hatt negative erfaringer når de har handlet på Black Friday og hva har de opplevd av negative kjøpsopplevelser?
- Ønsker forbrukeren et strengere regelverk i forbindelse med salg og avslag?

For noen av spørsmålene er det henvisning til resultater fra tilsvarende undersøkelse som ble gjennomført i oktober 2024.

Oppsummering

(1:2)

Hvor mange og hvilke utsalgssteder

Det er 27 prosent totalt som sier de planlegger å handle under Black Friday, og så mange som 44 prosent i aldersgruppen 18-29 år har intensjon om å gjøre det samme. Kun 11 prosent av de over 60 år sier de har planer om å handle i forbindelse med Black Friday.

På spørsmål om hvor de vanligvis handler, har mange flere utsalgssteder de benytter seg av. Av de som planlegger å handle på Black Friday er det 8 av 10 som vanligvis gjør dette i en norsk nettbutikk.

Handlevaner

66 prosent av utvalget mener at Black Friday er en god anledning til å se etter om noe de uansett trenger er på salg – de eldste over 60 år er derimot mer usikre, ved at 49 prosent i denne aldersgruppen mener det samme.

35 prosent av de spurte mener at de risikerer å kjøpe mer enn de planlegger på Black Friday. De eldste over 60 år er i større grad uenige, ved at 29 prosent i denne gruppen mener at de risikerer å kjøpe mer enn de trenger.

Mange mener at det er viktig å slå til når det er gode tilbud på Black Friday, nærmere bestemt 53 prosent av de spurte. De over 60 år er derimot mer usikre til påstanden, ved at 45 prosent her er litt eller helt enig.

Sammenligner vi inntektsgruppene er det de med husstandsinnkomst kr 300.001-500.000 som i mindre grad mener det er viktig å slå til når det er gode tilbud, ved at 41 prosent svarer litt eller helt enig til påstanden.

Oppsummering (2:2)

Reklame

72 prosent av de spurte synes reklamene før Black Friday er for påtrengende. Kvinner mener dette i enda større grad, ved at 76 prosent mener det samme.

Av de som ønsker strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag, er det 78 prosent som skulle ønsket seg strengere regler. De over 60 år har i litt mindre grad et slikt ønske, ved at 71 prosent svarer ja på dette spørsmålet.

Miljø

58 prosent av utvalget er av den oppfatning at Black Friday kan ha en negativ innvirkning på miljøet – og kvinner er i større grad enig og de over 60 år er i mindre grad enig i påstanden, med henholdsvis 82 og 69 prosent.

Litt forskjell i oppfatning mellom inntektsgruppene – De med høyest husstandsinnkomst over 1.500.000 er i noe større grad uenig i at Black Friday kan ha en negativ innvirkning på miljøet.

Pris og erfaringer

Hele 80 prosent av de spurte stoler ikke på at førprisen som de næringsdrivende oppgir stemmer. De i den yngste aldersgruppene 18-29 år stoler i noe større grad på at førprisen stemmer, de over 60 år i noe mindre grad. De med laveste husstandsinnkomst stoler i større grad på at førprisen som oppgis stemmer.

2 av 10 sier de har hatt en negativ kjøpserfaring på Black Friday og følt seg lurt fra næringsdrivende i Norge. Menn har i større grad enn kvinner hatt en negativ kjøpserfaring på Black Friday. De yngste i aldersgruppene 18-29 år og 30-39 svarer i større grad at de har hatt en negativ kjøpserfaring, mens det i mindre grad gjelder for de over 60 år.

Av de som har hatt en negativ kjøpserfaring på Black Friday, svarer 8 av 10 at de opplevde falsk førpris som et problem. Til sammen var det hele 84 prosent som opplevde at pris – enten som falsk førpris eller pris i selve utsalgsstedet – som et problem.

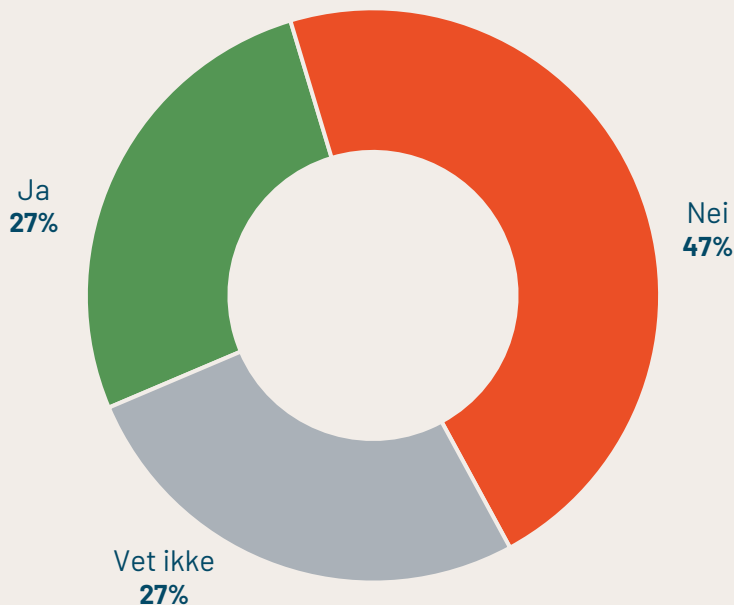
Hvor mange og
hvilke
utsalgssteder?

**BLACK
FRIDAY
SALE**



Hvor mange: Omtrent 1 av 4 planlegger å handle på Black Friday

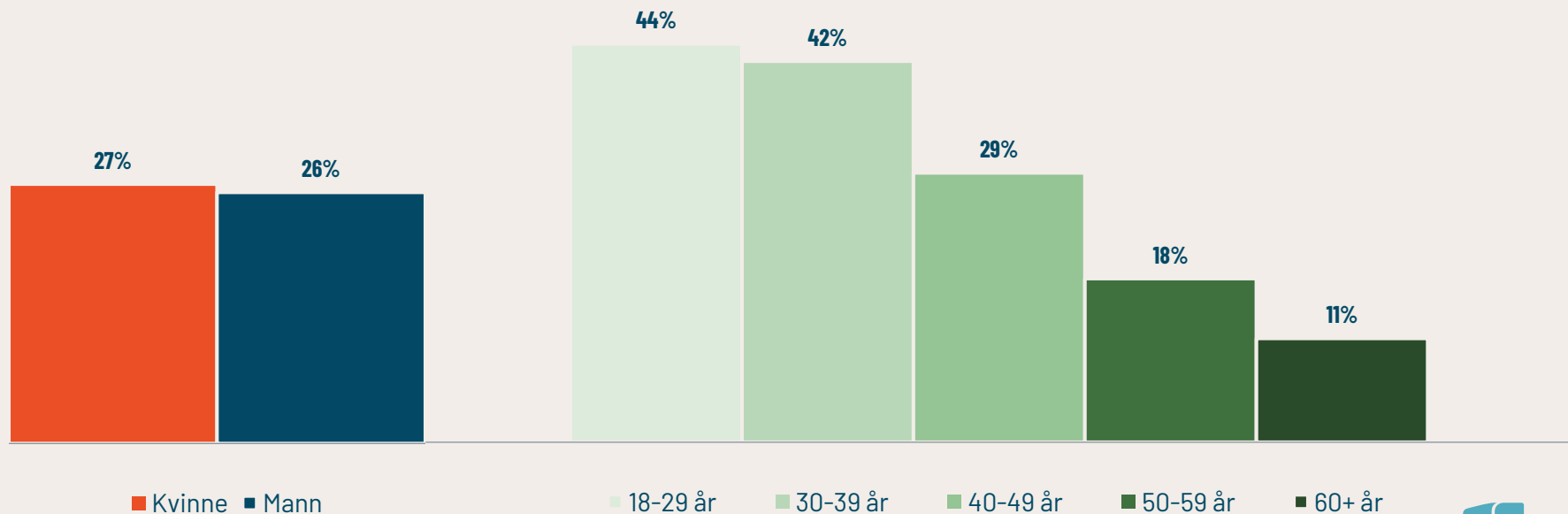
Planlegger du å handle på Black Friday?



I 2024 var det 1 av 3 som oppga at de planla å handle på Black Friday

Hvor mange: Nesten halvparten i den yngste aldersgruppen planlegger å handle på Black Friday - kun 11 prosent av de over 60 år planlegger å gjøre det samme

Planlegger du å handle på Black Friday?

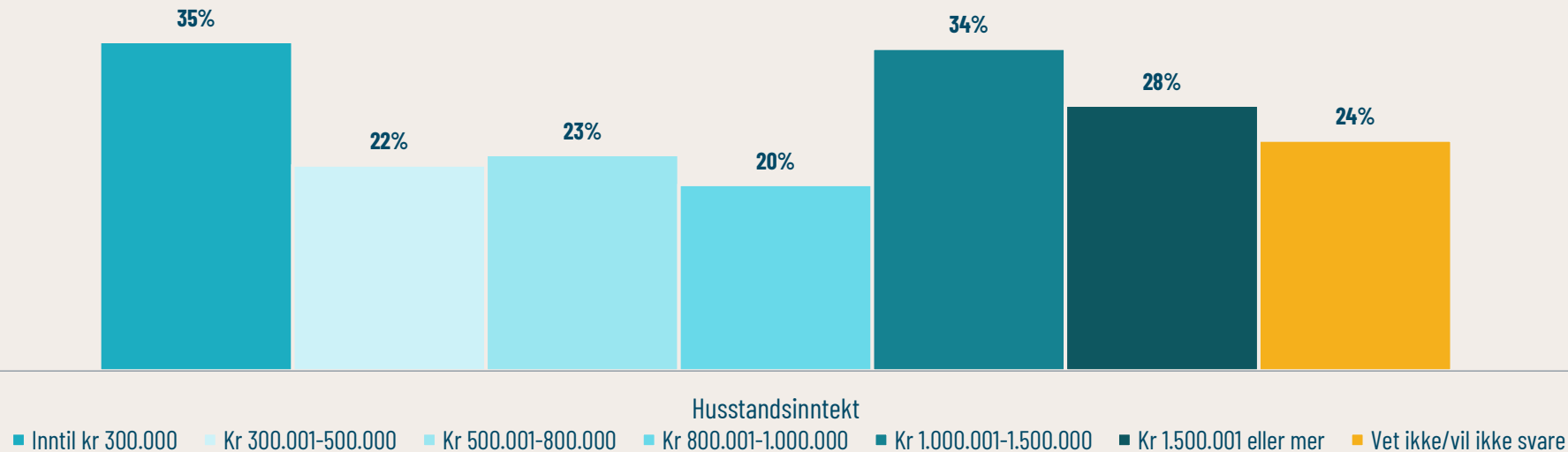


N = 1001 (alle)



Hvor mange: 1 av 3 i den nest øverste inntektsgruppen planlegger å handle på Black Friday

Planlegger du å handle på Black Friday?

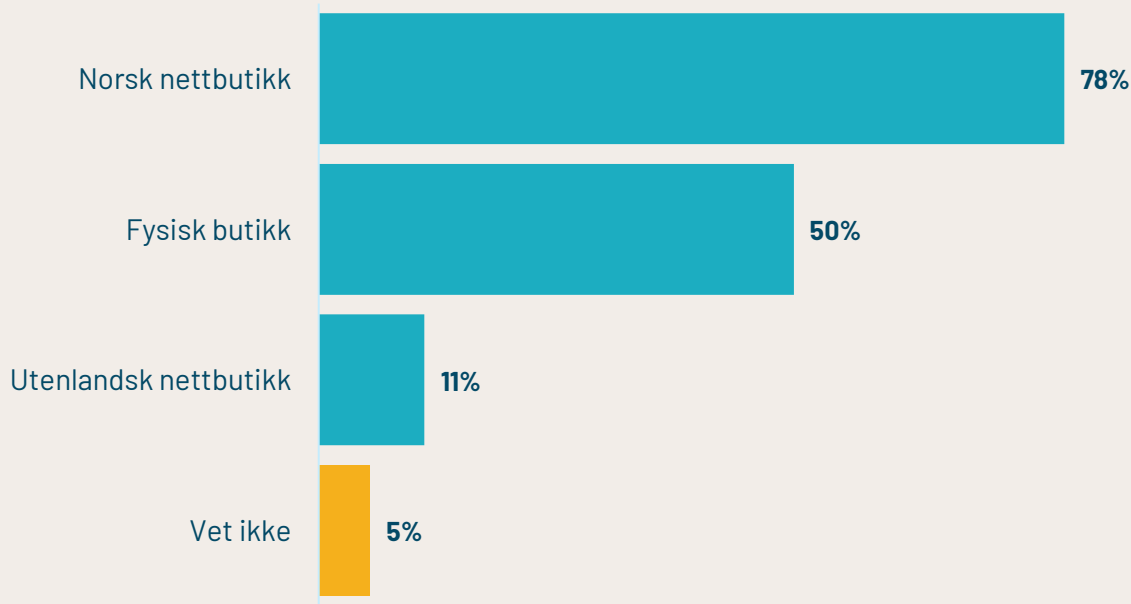


N = 1001 (alle)



Hvor og hvilke utsalgsteder: Av de som planlegger å handle på Black Friday gjør 8 av 10 dette vanligvis i norsk nettbutikk

Hvor handler du vanligvis på Black Friday?



N = 254 (de som planlegger å handle på Black Friday)



Handlevaner

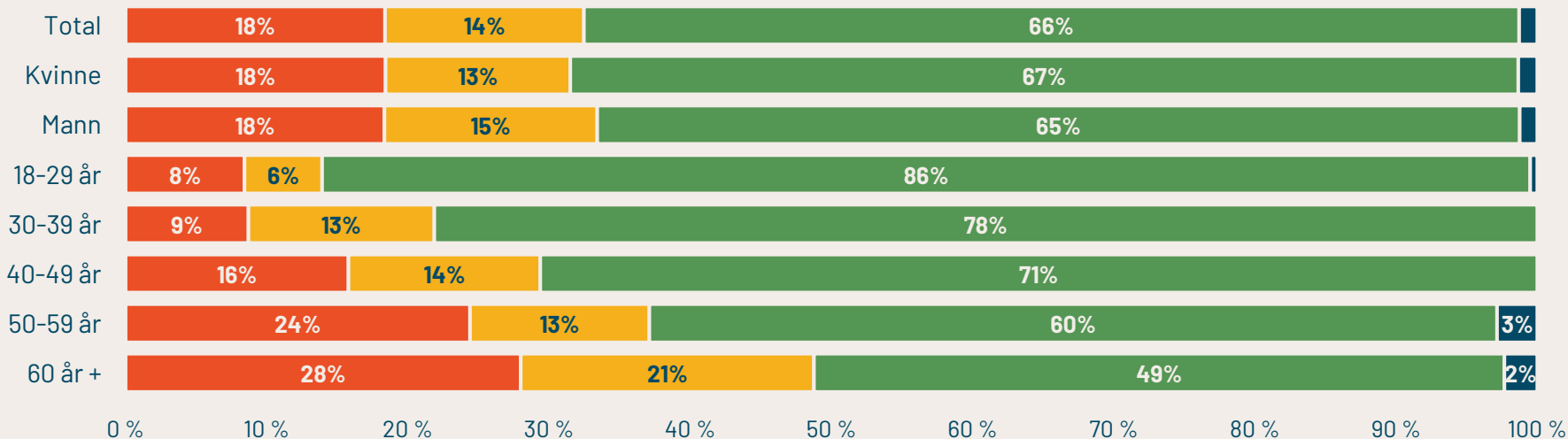
**BLACK
FRIDAY
SALE**



Handlevaner: 2 av 3 mener at Black Friday er en god anledning til å se om noe de trenger er på salg – de over 60 år er mer usikre

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: *Black Friday er en god anledning til å se om noe du uansett trenger er på salg*

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke

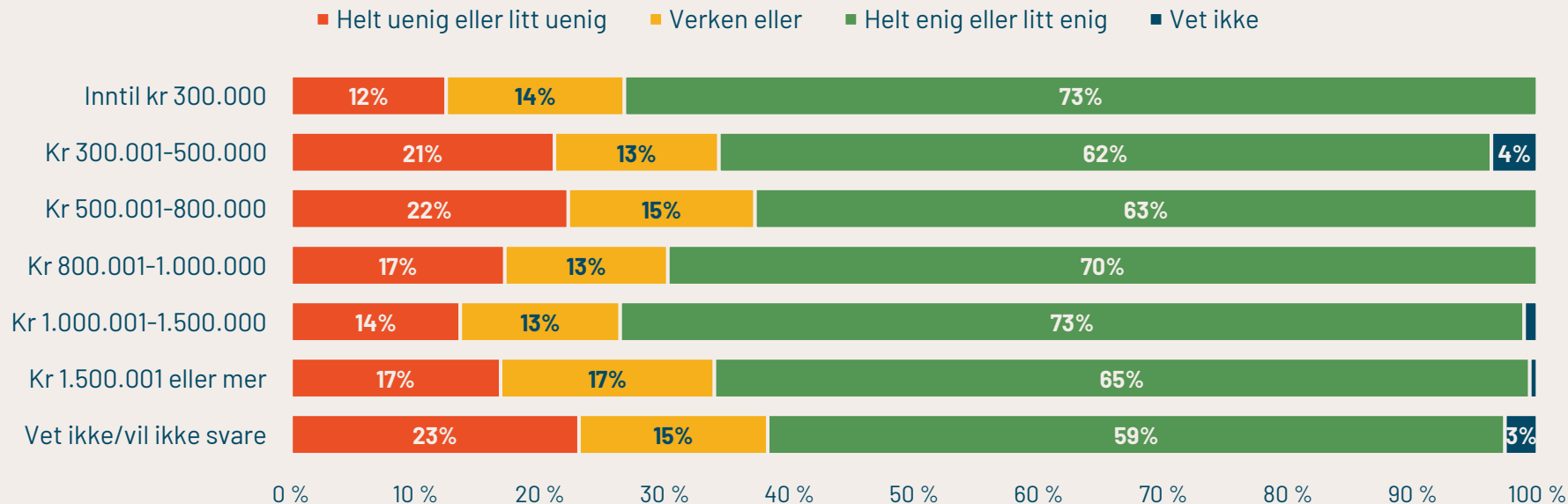


N = 1001 (alle)



Handlevaner: 2 av 3 mener at Black Friday er en god anledning til å se om noe de trenger er på salg – ingen vesentlige forskjeller mellom inntektsgruppene

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Black Friday er en god anledning til å se om noe du uansett trenger er på salg



N = 1001 (alle)

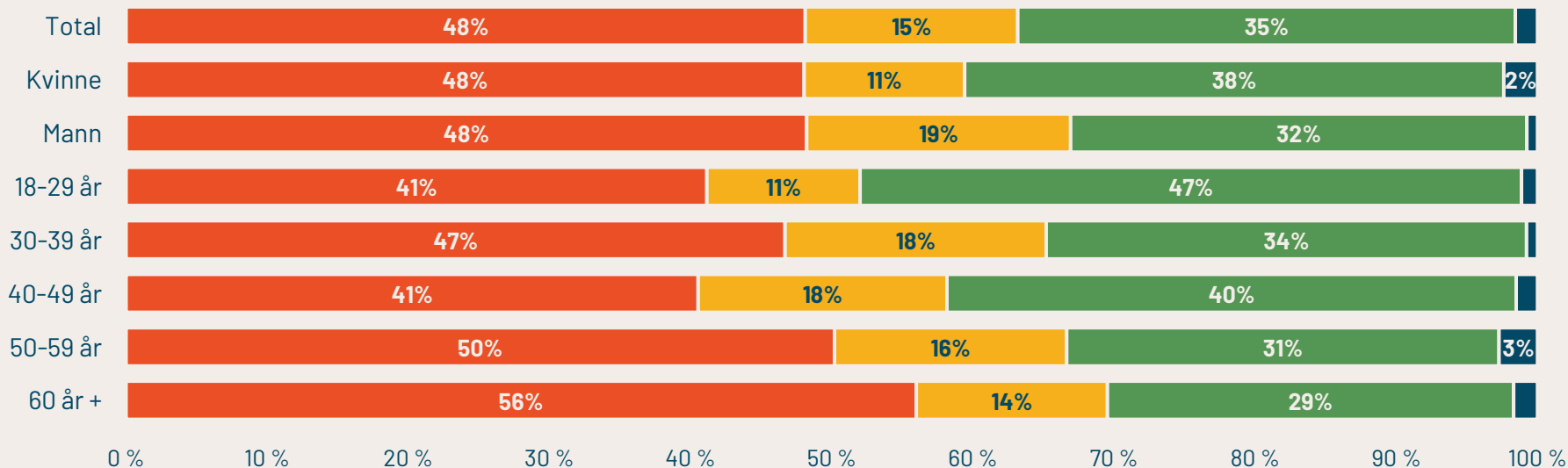
Inntektsstørrelser som er oppgitt er *husstandsinn*tekt



Handlevaner: 1 av 3 mener de risikerer å kjøpe mer enn de planlegger på Black Friday – de over 60 år er mest uenig i påstanden

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: *Jeg risikerer å kjøpe mer enn jeg planlegger på Black Friday*

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



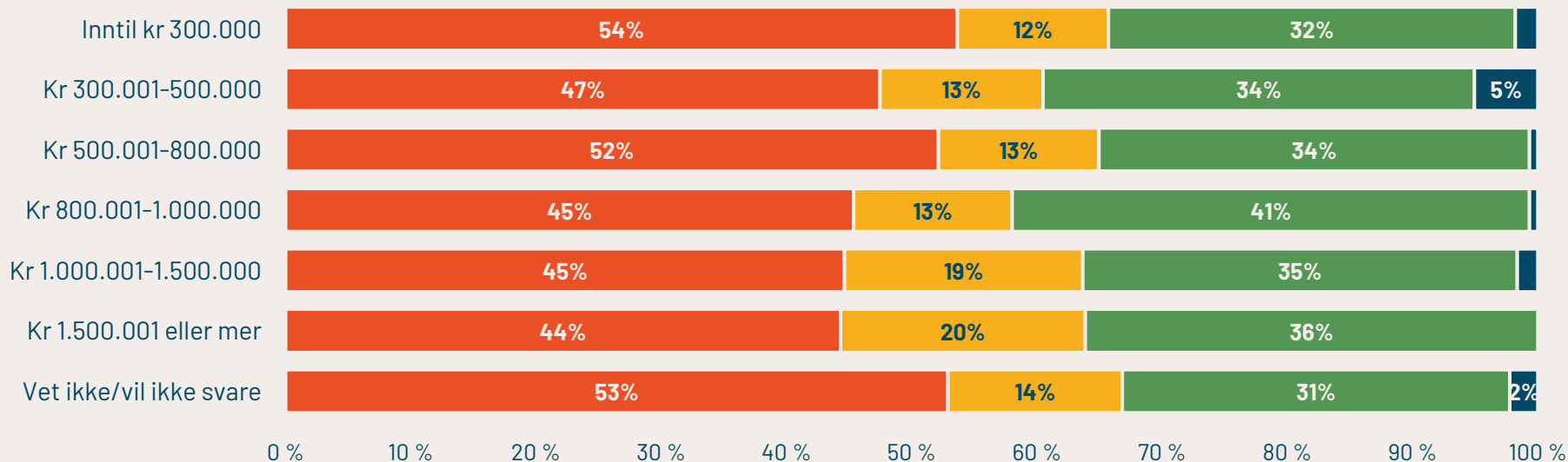
N = 1001 (alle)



Handlevaner: 1 av 3 mener de risikerer å kjøpe mer enn de planlegger på Black Friday – ingen påviste forskjeller mellom inntektsgruppene

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: *Jeg risikerer å kjøpe mer enn jeg planlegger på Black Friday*

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



N = 1001 (alle)

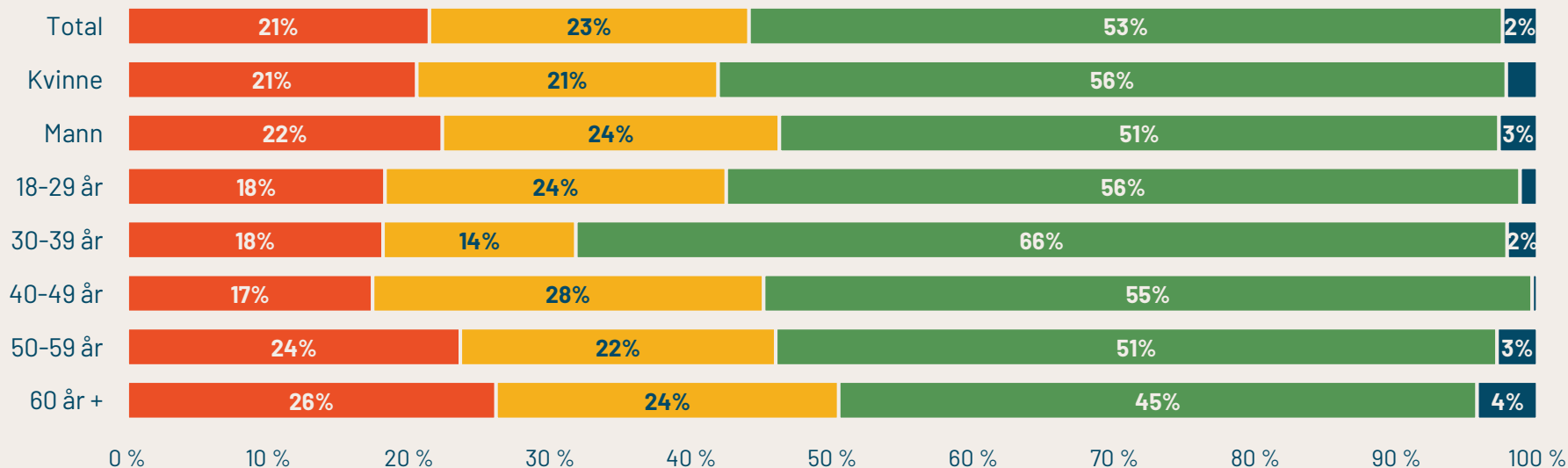
Inntektsstørrelser som er oppgitt er *husstandsinnkomst*



Handlevaner: Over halvparten mener at det er viktig å slå til når det er gode tilbud på Black Friday – de over 60 er mer usikre til påstanden

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Når alt blir dyrere er det viktig å slå til når det er gode tilbud

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



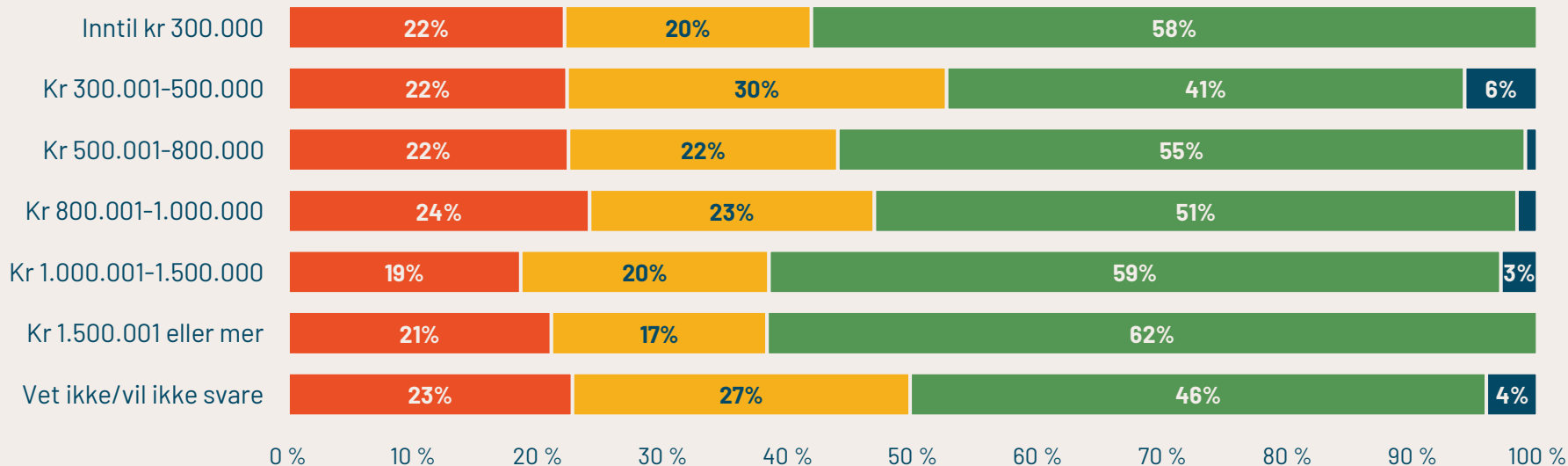
N = 1001 (alle)



Handlevaner: De med nest laveste husstandsinnpekt mener i mindre grad at det er viktig å slå til når det er gode tilbud

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Når alt blir dyrere er det viktig å slå til når det er gode tilbud

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



N = 1001 (alle)

Inntektsstørrelser som er oppgitt er husstandsinnpekt



Reklame

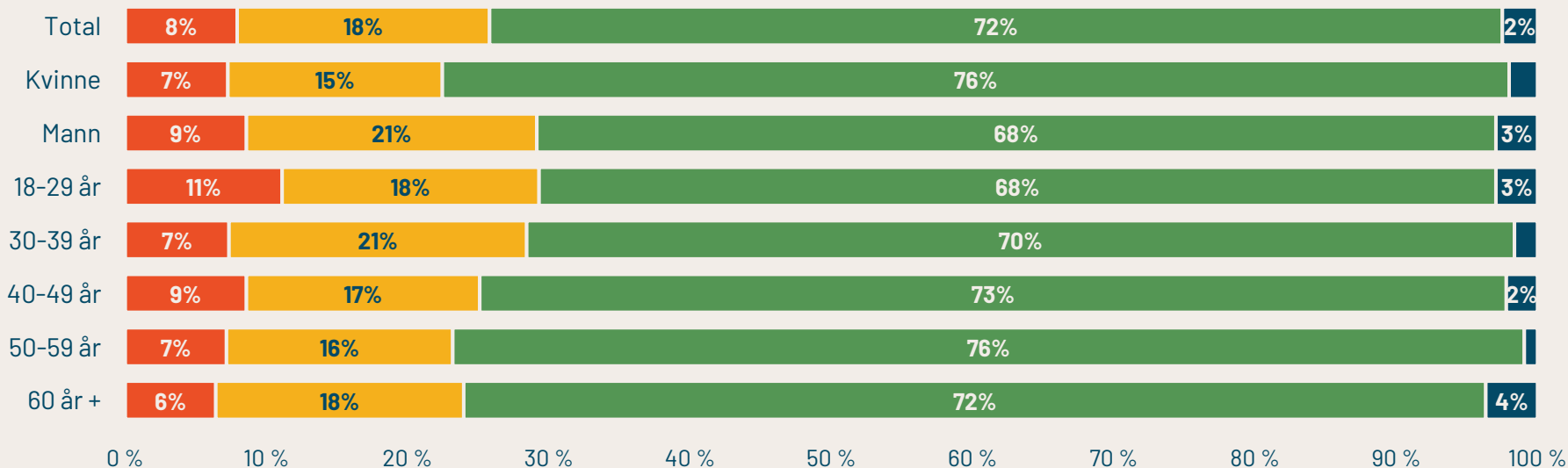
**BLACK
FRIDAY
SALE**



Reklame: 7 av 10 synes reklamene før Black Friday er for påtrengende – i enda større grad mener kvinner det samme

Hvor enig eller uenig er du i påstanden: *Jeg synes reklamene før Black Friday er for påtrengende*

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



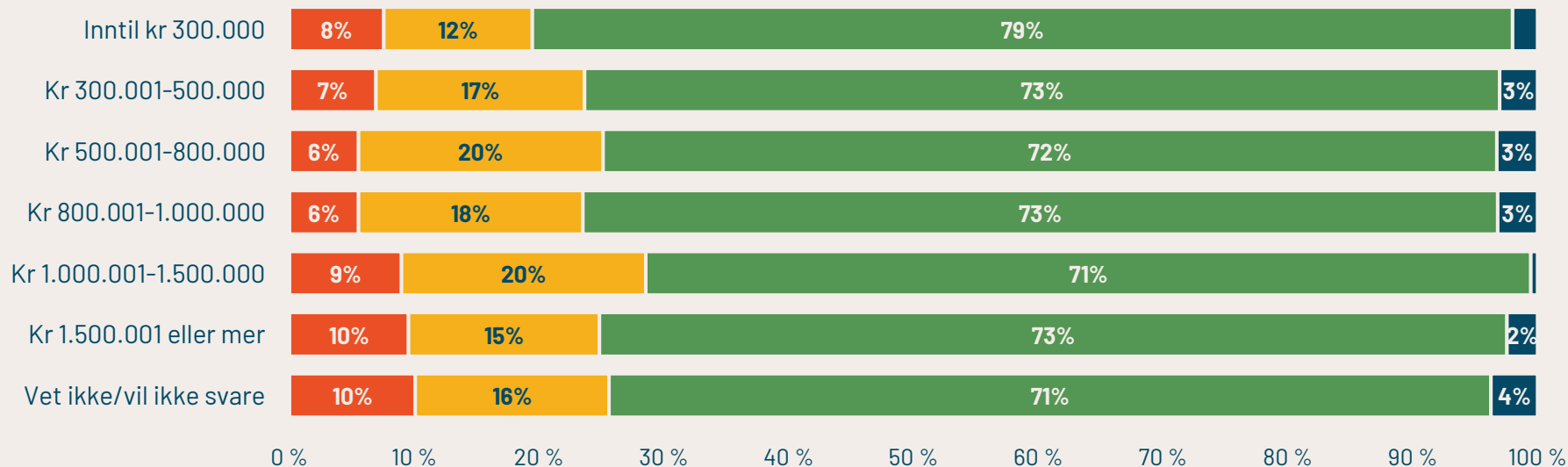
N = 1001 (alle)



Reklame: 7 av 10 synes reklamene før Black Friday er for påtrengende – ingen vesentlige forskjeller i oppfatning mellom inntektsgruppene

Hvor enig eller uenig er du i: Jeg synes reklamene før Black Friday er for påtrengende

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



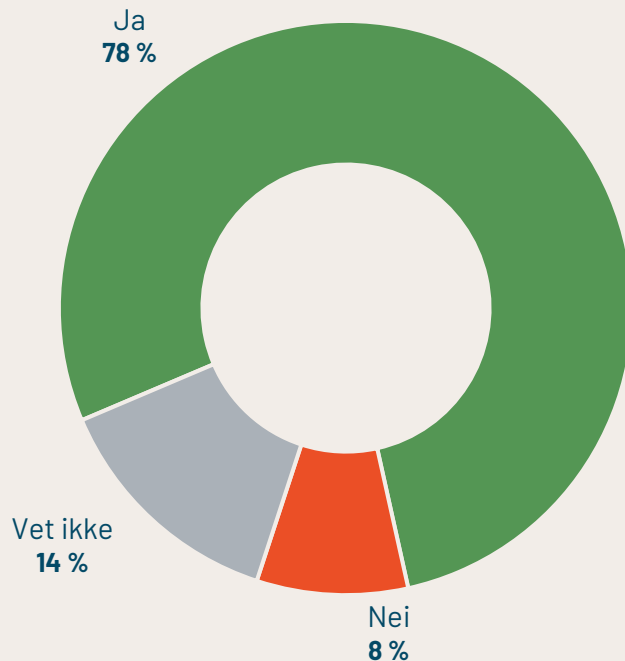
N = 1001 (alle)

Inntektsstørrelser som er oppgitt er *husstandsinnkomst*



Reklame: 8 av 10 ønsker strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag

Ønsker du at det var enda strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag?



I 2024 var det 7 av 10 som ønsket strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag

De over 60 år har i litt mindre grad ønske om strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag

Miljø

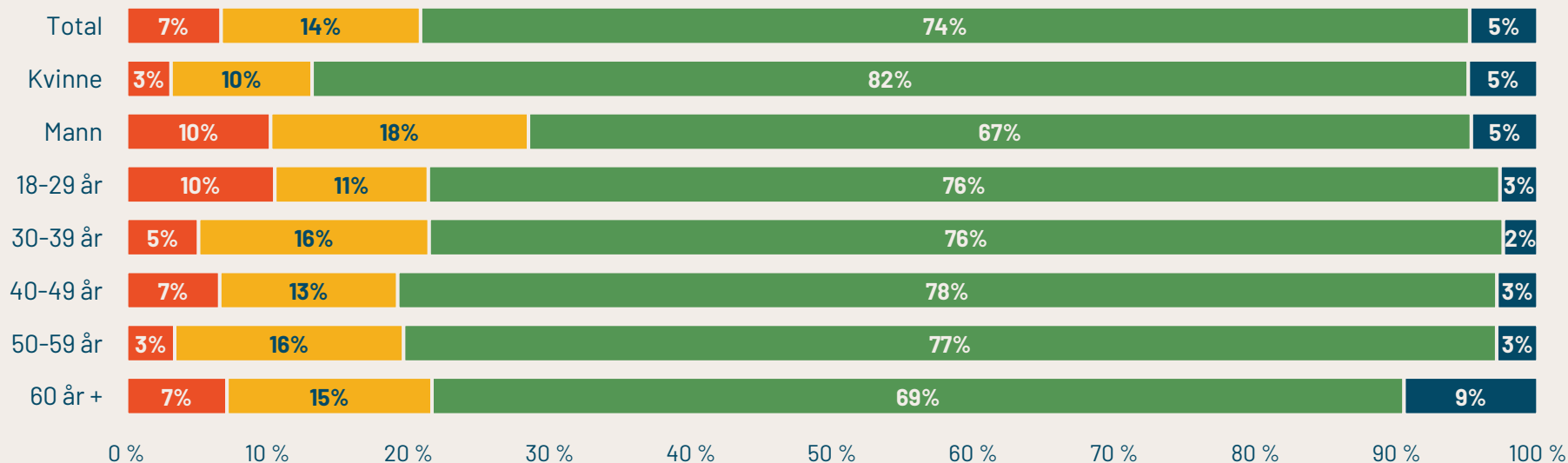
**BLACK
FRIDAY
SALE**



Miljø: 3 av 4 mener at Black Friday kan ha en negativ innvirkning på miljøet – kvinner er i større grad enig mens de over 60 er i mindre grad enig i påstanden

Hvor enig eller uenig er du i: *Black Friday kan ha en negativ innvirkning på miljøet*

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



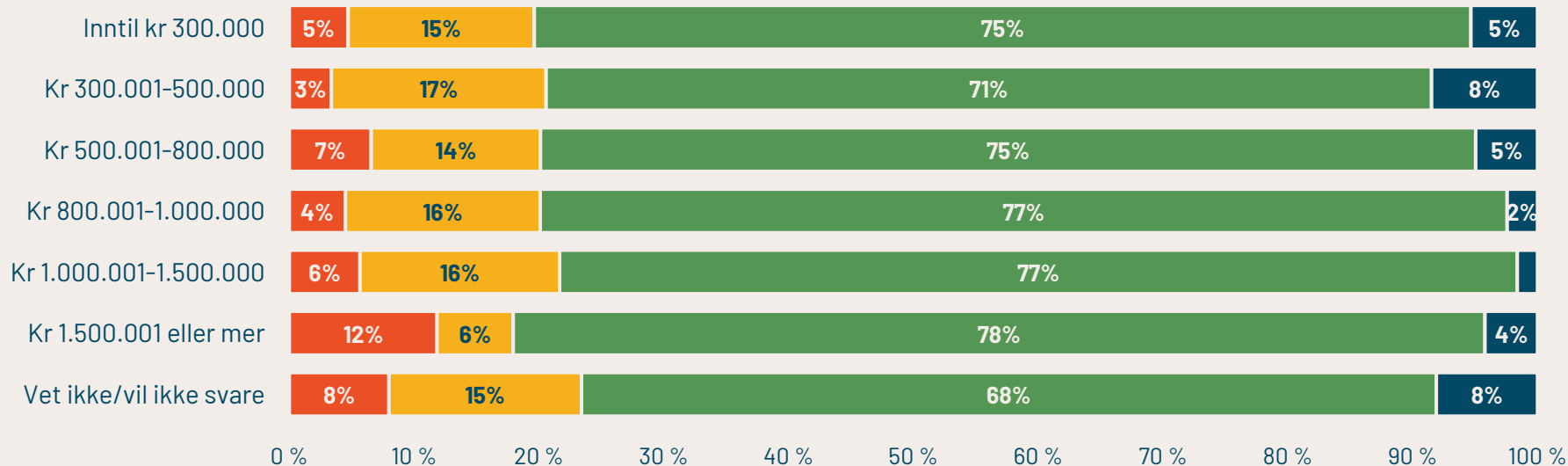
N = 1001 (alle)



Miljø: De med høyest inntekt er i større grad uenig i at Black Friday kan ha en negativ innvirkning på miljøet

Hvor enig eller uenig er du i: Black Friday kan ha en negativ innvirkning på miljøet

■ Helt uenig eller litt uenig ■ Verken eller ■ Helt enig eller litt enig ■ Vet ikke



N = 1001 (alle)

Inntektsstørrelser som er oppgitt er *husstandsinn*tekt



Pris og
erfaringer

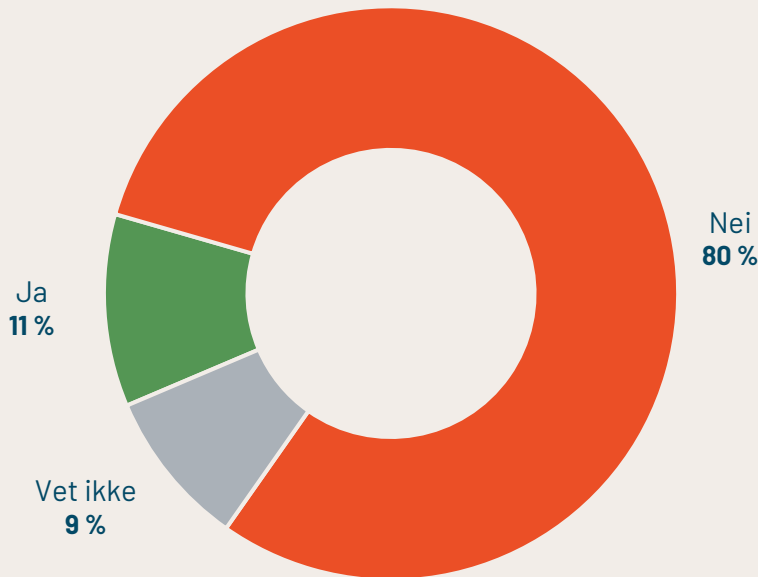
**BLACK
FRIDAY
SALE**



Pris og erfaringer: 8 av 10 stoler *ikke* på at førprisen som de næringsdrivende oppgir stemmer

Stoler du på at førprisen som de næringsdrivende oppgir stemmer?

I 2024 var det 76 prosent som sa de ikke stolte på førprisen som ble oppgitt



Nei
80 %

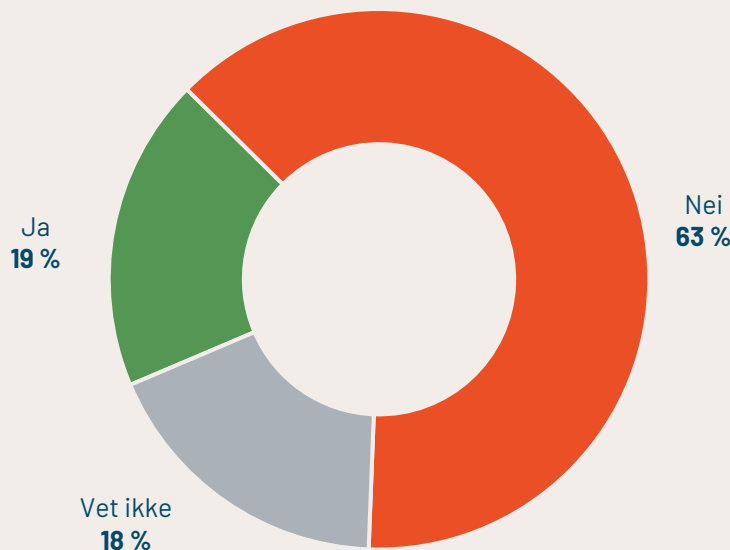
De yngste mellom 18-29 år stoler i større grad på at førprisen som oppgis stemmer – de over 60 år i mindre grad

De med laveste husstandsinnkomst stoler i større grad på at førprisen som oppgis stemmer

Pris og erfaringer: 2 av 10 har følt seg lurt ved kjøp under Black Friday

Har du noen gang hatt en negativ kjøpserfaring på Black Friday der du har følt deg lurt ved kjøp fra næringsdrivende i Norge?

I 2024 var det også 19 prosent som sa de hadde følt seg lurt ved kjøp under Black Friday



Menn har i større grad enn kvinner hatt en negativ kjøpserfaring der de har følt seg lurt

De i aldersgruppene 18-29 år og 30-39 år har i større grad hatt en negativ kjøpserfaring der de har følt seg lurt

De over 60 år har i mindre grad hatt en negativ kjøpserfaring

Pris og erfaringer: 8 av 10 opplevde falsk førpris som negativ kjøpserfaring på Black Friday

Du krysset av for at du hadde en negativ kjøpserfaring på Black Friday.
Hvilke av følgende problemer har du opplevd?



I 2024 var det 7 av 10 som opplevde falsk førpris som negativ kjøpserfaring på Black Friday



