FORBRUKERRÅDET

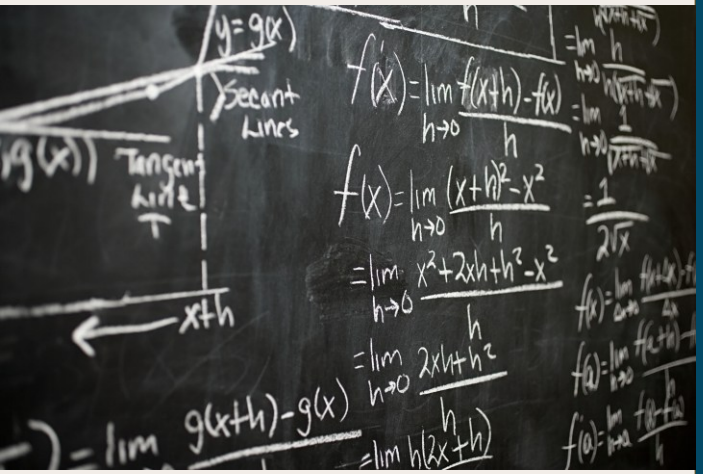


Black Friday

Handlevaner, kjøpserfaringer og pris

November 2026

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 23. oktober – 3. november 2026

Antall intervju

1019

Feilmarginer

Omkring 3 prosentpoeng ved 1 000 intervju. Feilmarginene for tall i undergrupper er større. Prosentandeler presenteres i hele tall. På grunn av avrundinger summeres dermed ikke alltid totalen til 100%.

Stikkprøvetest

Vi har i tillegg gjennomført stikkprøver av priser på topp 100 listen til Prisjakt.no. Vi har undersøkt laveste pris under Black Month (1.11-3.12) og laveste pris utenfor denne perioden. 57 produkter er med i sammenligningsgrunnlaget. Disse har pris i begge perioder, og er ikke utelukket grunnet klart fallende pristrend (over 20 prosent ned i gjennomsnitt).

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	485	48%	511	50%
Kvinne	534	52%	508	50%
Alder				
18-29 år	131	13%	189	19%
30-39 år	157	15%	178	17%
40-49 år	174	17%	164	16%
50-59 år	194	19%	169	17%
60+ år	363	36%	319	31%
Landsdeler				
Nord-Norge	86	8%	90	9%
Midt-Norge	140	14%	138	14%
Vestlandet	201	20%	208	20%
Østlandet	311	31%	310	30%
Sørlandet inkludert Telemark og Vestfold	137	13%	138	14%
Oslo	144	14%	134	13%

Hva har vi kartlagt?

Undersøkelsen har gått i **2024** og **2025** med tilsvarende spørsmål. Enkelte spørsmål er ikke med i årets undersøkelse.

*Vi har gjennomført stikkprøver av priser på populære produkter på Prisjakt.no for å sjekke når prisene er lavest

Overordnet:

- 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 og at reklamene i forkant er for påtrengende?
- 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?

Prisundersøkelse:

- Får du den laveste prisen på Black Friday?

Oppsummering

Overordnet

31 prosent planlegger å handle på Black Friday**.** Andelen er klart høyest blant de yngste (52 prosent), og de med dårligere økonomi (37 prosent).

Av dem som planlegger å handle, oppgir **tre av fire** at de vanligvis handler i norsk nettbutikk på Black Friday.

Handlevaner

Nesten halvparten (**47 prosent**) er enig i at det er viktig å slå til når det er gode tilbud på Black Friday. Blant 40–49-åringer er andelen 57 prosent. Det er ingen forskjeller på økonomi.

Reklame

7 av 10 synes reklamene før Black Friday er for påtrengende. Det er ingen variasjon mellom kjønn eller økonomi, men det er stor forskjell mellom de yngste og de eldste forbrukerne.

8 av 10 ønsker strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag. Andelen er høyest blant 40–49-åringer og lavest blant 18–29-åringer.

Pris og erfaringer

77 prosent stoler ikke på at førprisen stemmer. Andelen er hhv. 63 og 81 prosent blant 18–29-åringer og 50–59 åringer. De med dårligere økonomi stoler mindre på førprisen.

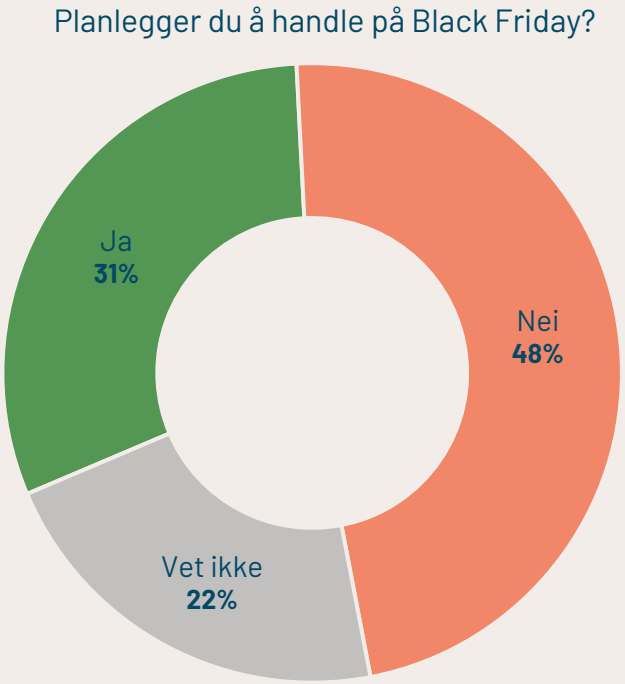
21 prosent har hatt en negativ kjøpserfaring der de følte seg lurt, og det gjelder flere menn enn kvinner. Andelen er høyest blant 30–39-åringer (32 prosent) og lavest blant personer over 60 år (8 prosent).

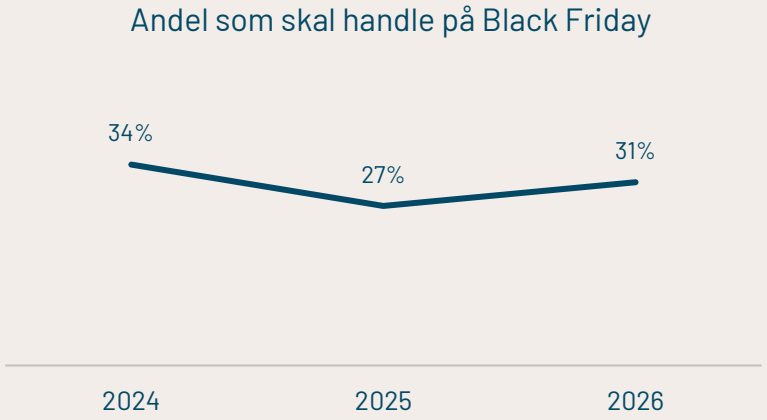
Blant de som har hatt en negativ kjøpserfaring (N = 195), oppgir **74 prosent** falsk førpris. **81 prosent** oppgir enten falsk førpris eller høyere pris enn i reklamen.

På vår stikkprøvetest fant vi at **under én av tre** produkter hadde lavest pris under Black Month/Black Friday.

Hvor mange og hvilke utsalgssteder?

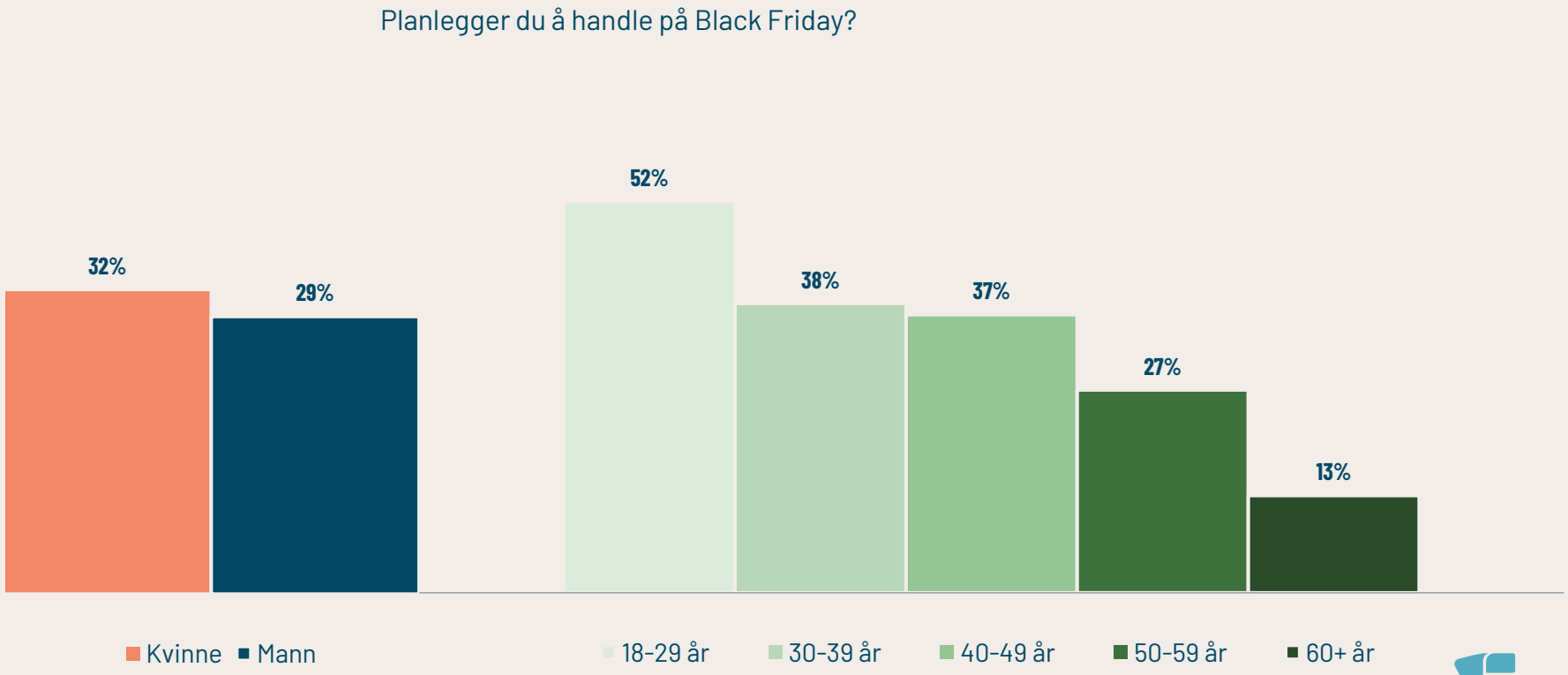
Hvor mange: 3 av 10 planlegger å handle på Black Friday





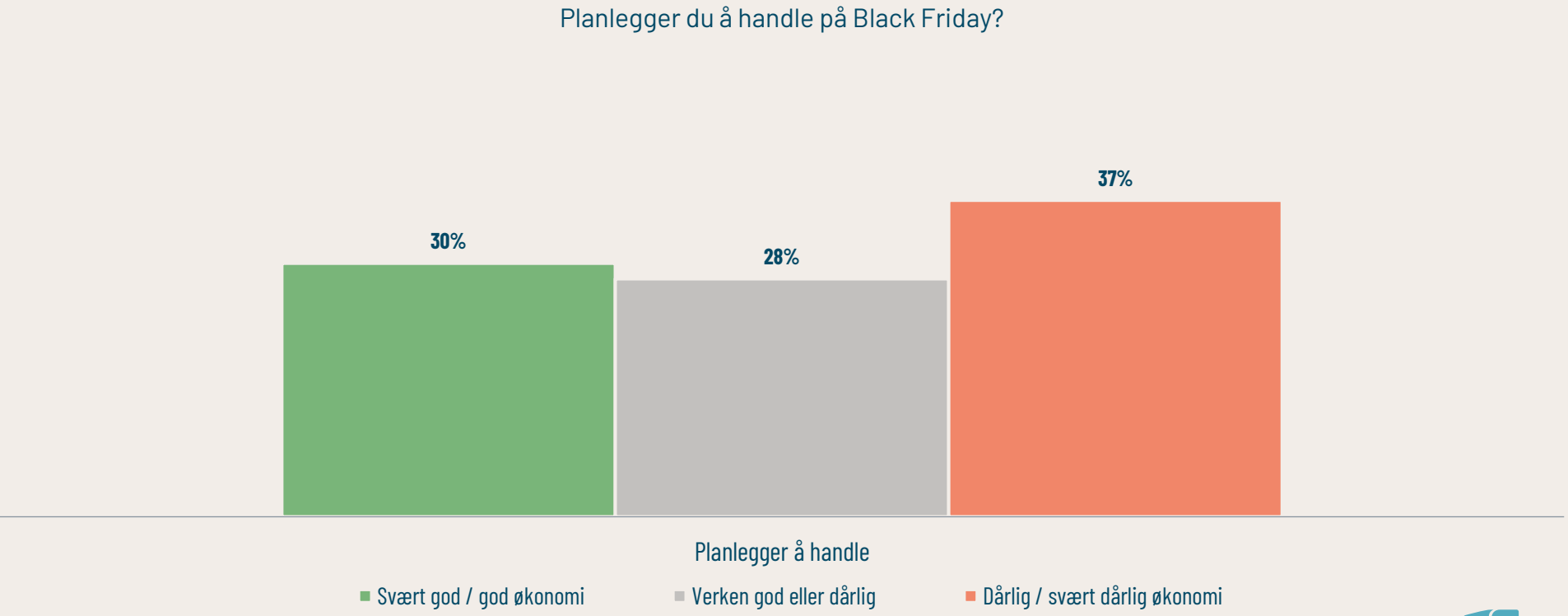
N = **1019** (alle)

Hvor mange: Over halvparten i den yngste aldersgruppen planlegger å handle på Black Friday – men bare 13 prosent blant de over 60 år



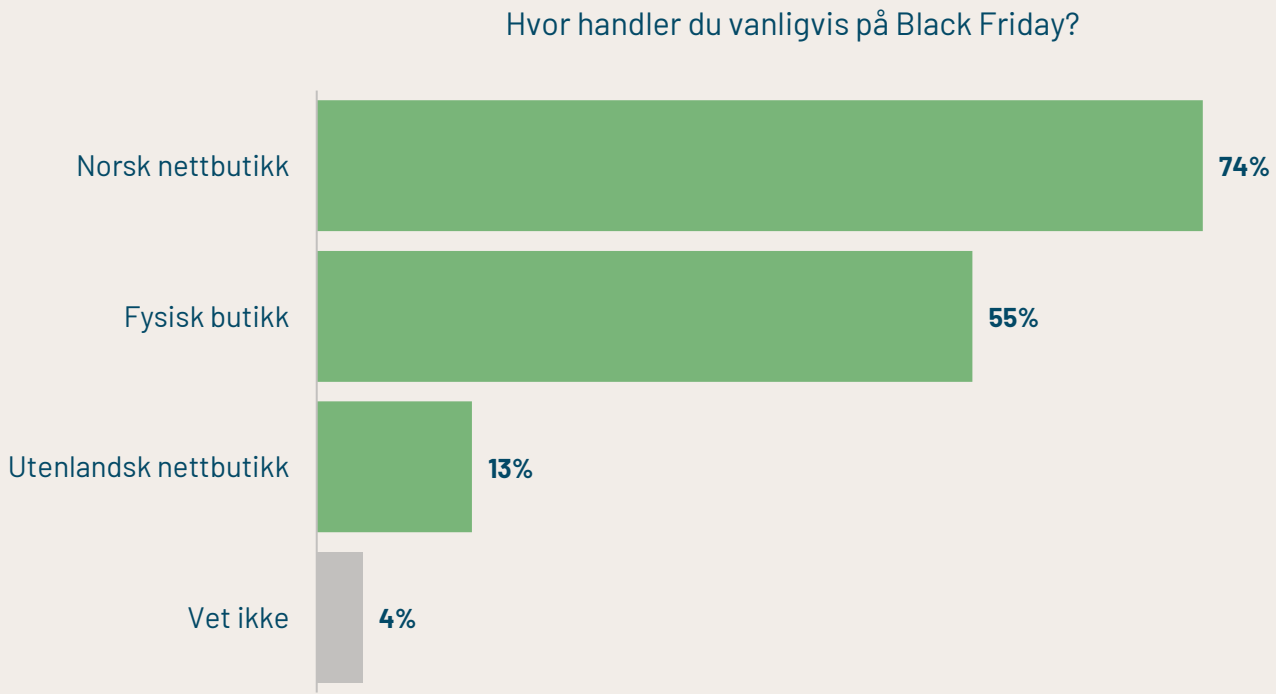
N = **1019** (alle)

Hvor mange: Flere forbrukere med dårlig økonomi planlegger å handle på Black Friday



N = **1019** (alle)

Hvor og hvilke utsalgsteder: Av dem som planlegger å handle på Black Friday velger tre av fire vanligvis norsk nettbutikk

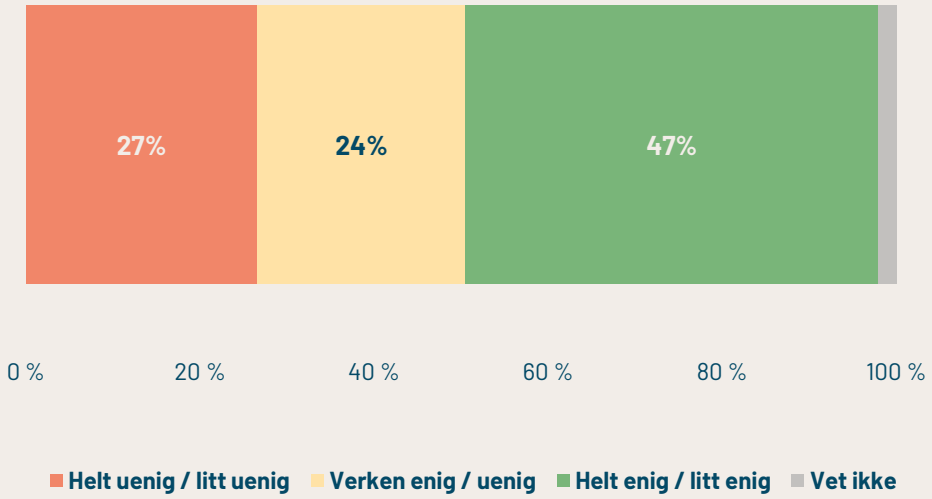


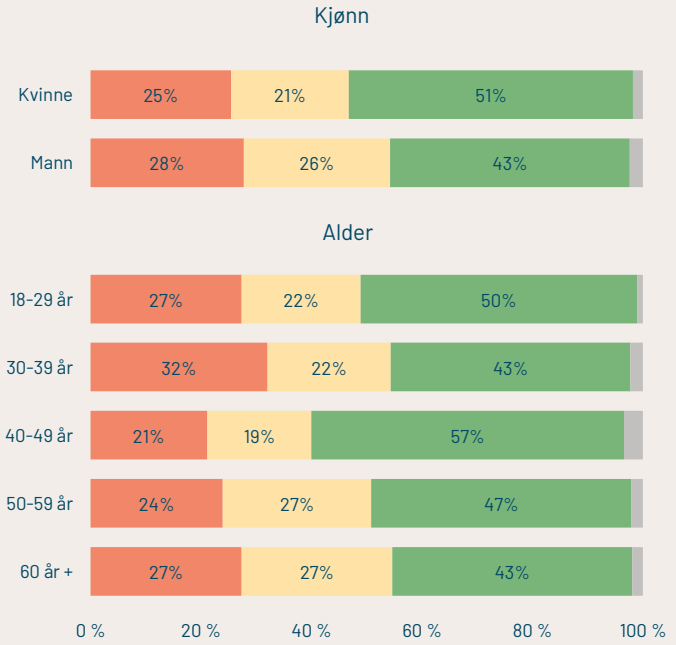
N = **292** (de som planlegger å handle på Black Friday)

Handlevaner

Handlevaner: Nesten halvparten er litt eller helt enig i at det er viktig å slå til når det er gode tilbud på Black Friday; andelen er høyest blant 40–49-åringer

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

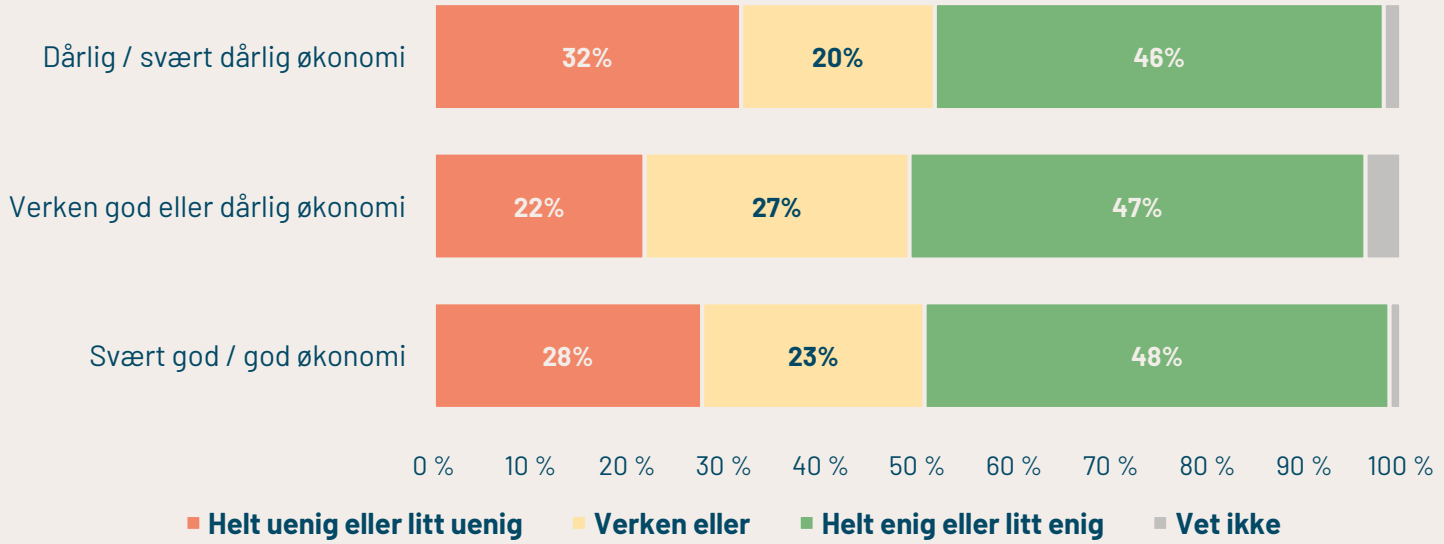




N = **1019** (alle)

Handlevaner: Forbrukere med dårlig og god økonomi* er like enige i 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*



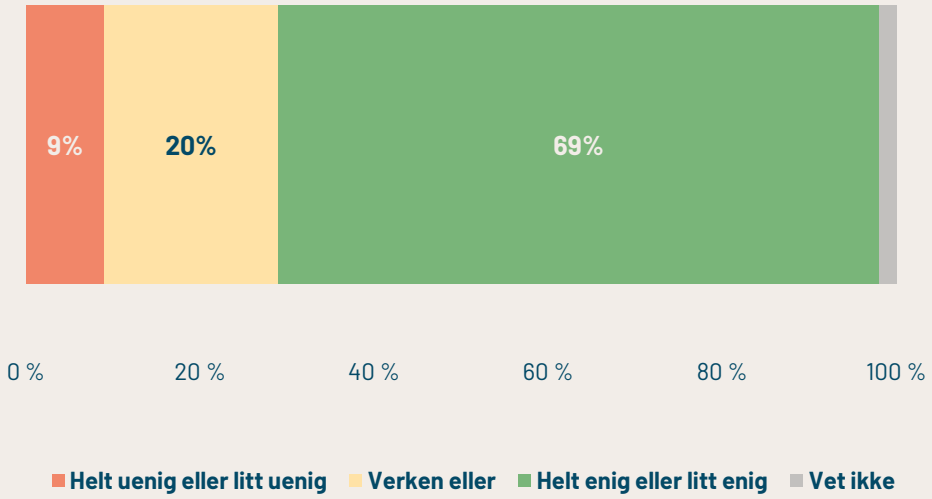
N = **1019** (alle)

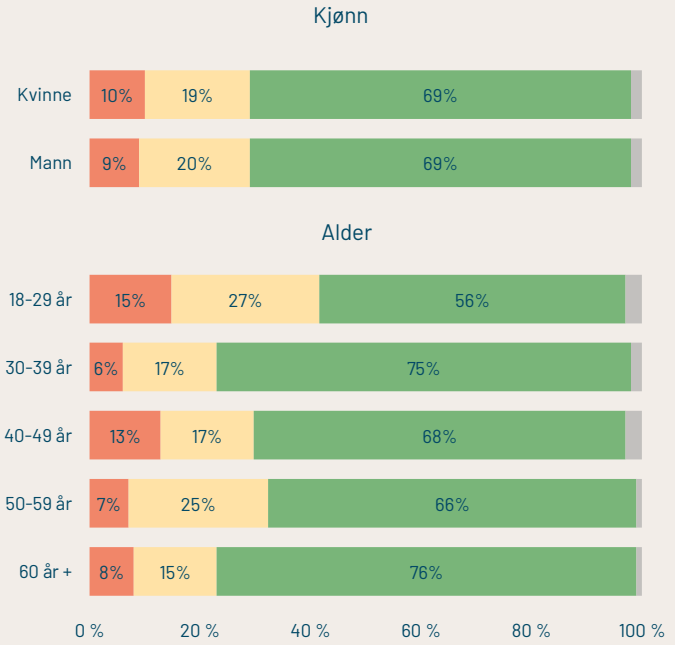
*Hvordan vurderer du din egen økonomiske situasjon?

Reklame

Reklame: 7 av 10 synes reklamene før Black Friday er for påtrengende – størst forskjell mellom de yngste og de eldste

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

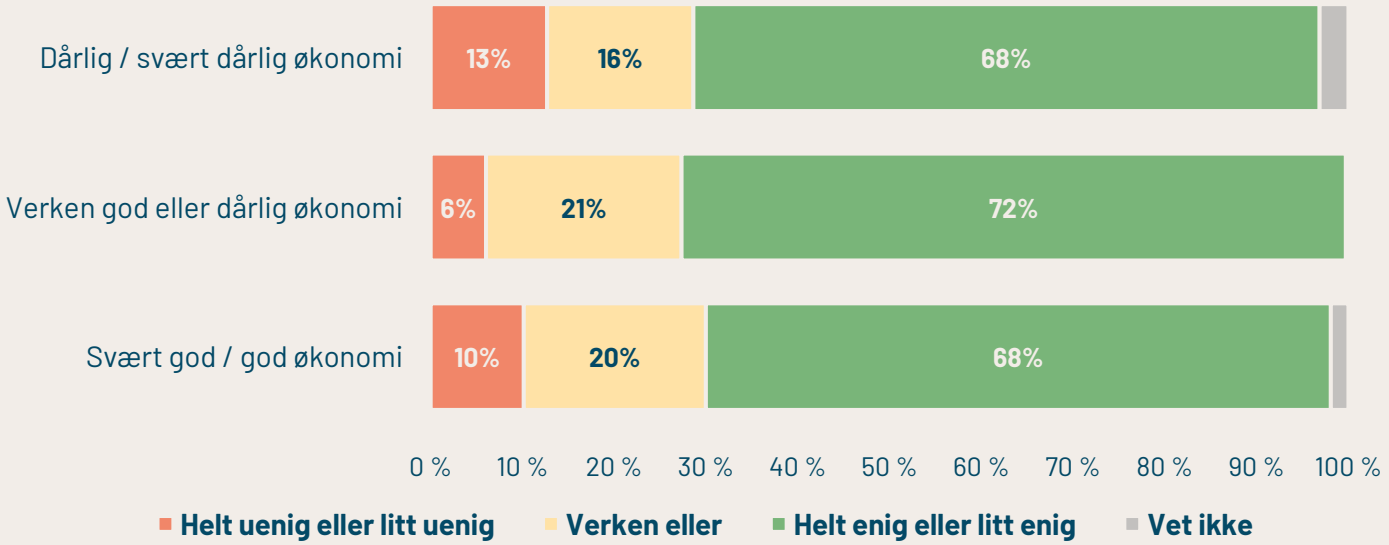




N = **1019** (alle)

Reklame: 7 av 10 synes reklamene før Black Friday er for påtrengende – uavhengig av økonomisk situasjon

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

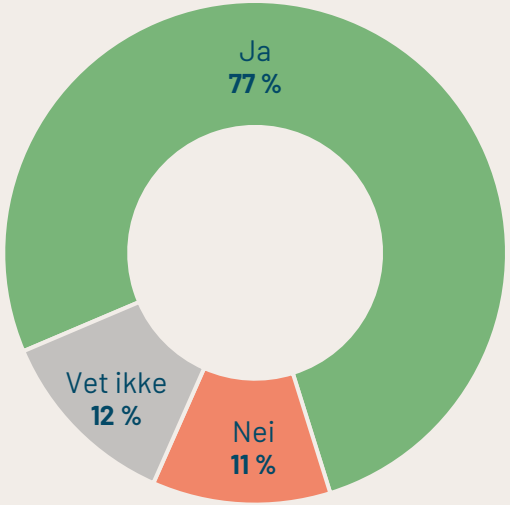


N = **1019** (alle)

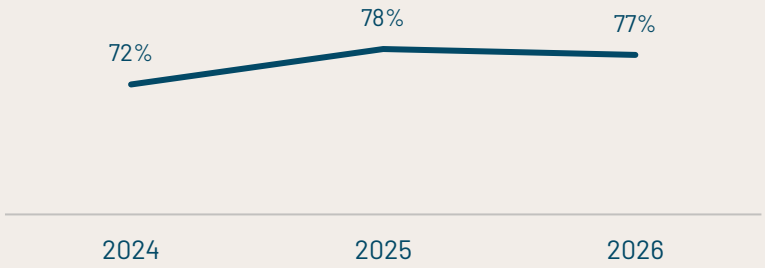
Reklame: 77 prosent ønsker strengere regler knyttet til reklame for salg og avslag

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

Andelen er høyest blant **40–49-åringer** (81 prosent) og lavest blant **18–29-åringer** (72 prosent).



Andel som ønsker strenger regler

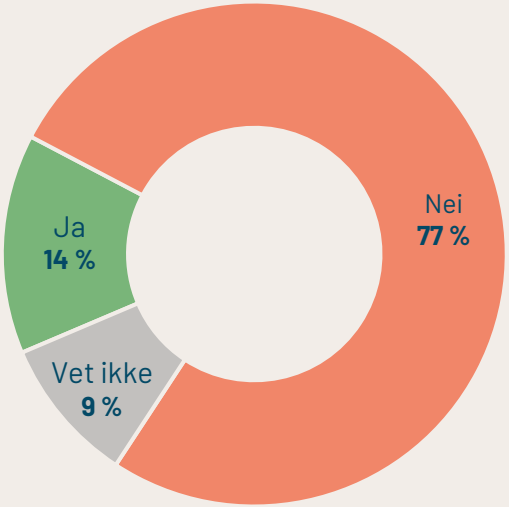


N = **1019** (alle)

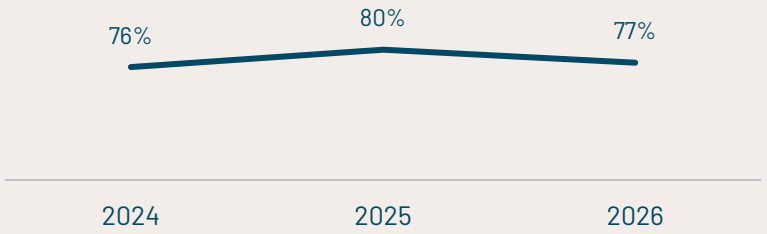
Pris og erfaringer

Pris og erfaringer: 77 prosent stoler *ikke* på at førprisen som de næringsdrivende oppgir stemmer

Stoler du på at førprisen som de næringsdrivende oppgir stemmer?



Andel som ikke stoler på førprisen



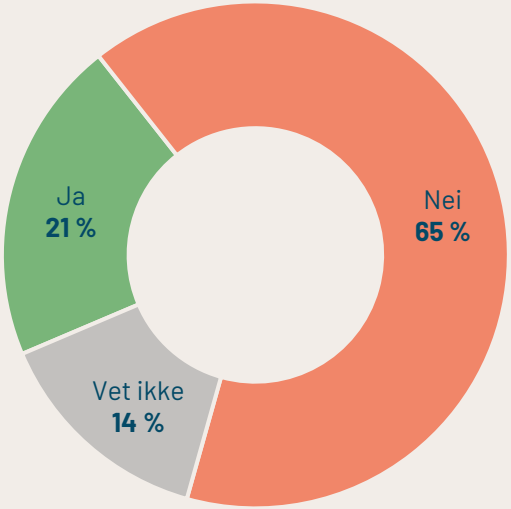
Blant **18–29-åringer** stoler 23 prosent på førprisen, mot 11 prosent blant **50–59-åringer**.

Andelen som ikke stoler på førprisen er 74 prosent blant dem som vurderer **egen økonomi** som god og 81 prosent blant dem som vurderer den som dårlig.

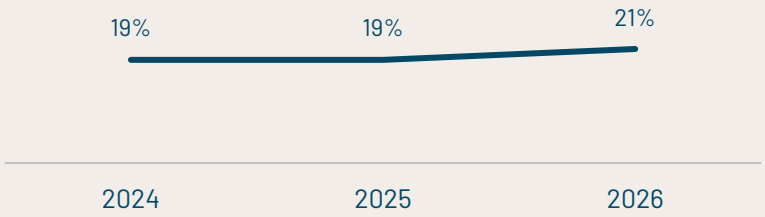
N = **1019** (alle)

Pris og erfaringer: Én av fem 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?



Andel som har følt seg lurt på Black Friday



Andelen er 23 prosent blant **menn** og 18 prosent blant **kvinner**.

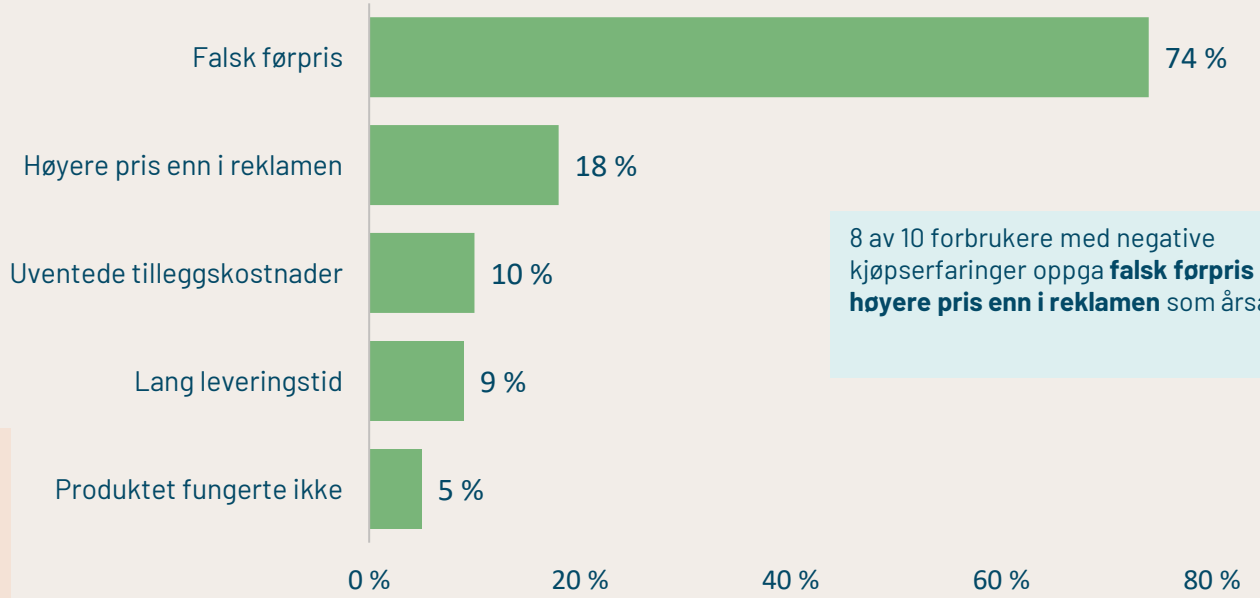
Blant **18–29**-åringer og **30–39**-åringer er andelene henholdsvis 28 og 32 prosent.

Blant personer over **60 år** er andelen 8 prosent.

N = **1019** (alle)

Pris og erfaringer: 74 prosent 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?



8 av 10 forbrukere med negative kjøpserfaringer oppga **falsk førpris** eller **høyere pris enn i reklamen** som årsak

I **2024** og **2025** var det hhv. 71 og 79 prosent som opplevde falsk førpris som negativ kjøpserfaring på Black Friday

N = **195** (de som har hatt negativ kjøpserfaring på Black Friday). *Svaralternativer under 5 prosent og «Annet» er utelatt grunnet lite utvalg.*

Er prisen lavest på Black Friday?

Metode: Pris-undersøkelsen

Vi har sett på historiske priser på populære produkter på Prisjakt.no

Av topp 100-lista hadde 65 produkter priser både i dag og i november i fjor på måletidspunktet (8.11.2026).

Noen produkter har klart fallende pristrend (større enn 20 prosent fall), og tas ut av undersøkelsen.

Dette ga oss et utvalg på 57 ulike produkter innenfor elektronikk, klær og hverdagsartikler.

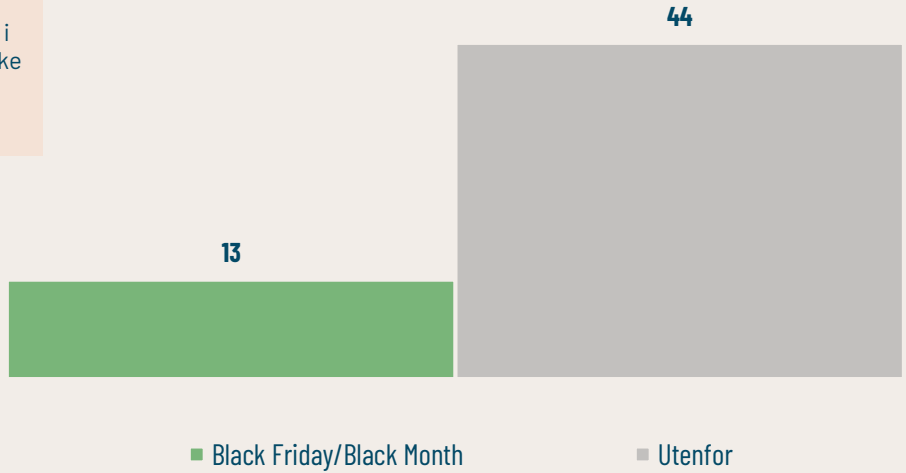
Vi har sammenlignet laveste målte pris under Black Friday/Black Month (1.11-3.12) med laveste pris resten av året (4.12-31.10). Perioden det gjelder er 2025 og 2026.

Funnene må betraktes som en stikkprøvekontroll, og andre produkter vi ikke har testet, og særlig spesifikke produktkategorier, kan ha avvikende resultater.

Et klart flertall av produktene hadde laveste pris utenfor Black Friday / Black Month

Antall produkter med laveste pris under Black Friday/Black Month og utenfor denne perioden

*Gjelder alle produkter på topplisten som hadde pris i begge perioder, og som ikke hadde klart fallende pristrend



Tre av fire produkter hadde lavere pris igjen etter Black Month / Black Friday

N = 57*


FORBRUKERRÅDET
forbrukerradet.no