

KONSUMENT- KOMPASSEN

PRISJAKT • Q1 2025



**Svenskarna
är redo att
lämna
standby-läget**

Gott nytt handelsår!

Gott nytt (och begagnat) handelsår!



Har vi aktörer inom detaljhandeln någonsin sett fram emot ett nytt år så mycket som 2025? Tveksamt. Det här är verkligen förväntningarnas år och kanske blir det också förvåningarnas. Styrräntan och inflationen går stadigt på rätt håll, men med Trump och världsläget kan mycket hända. Oavsett är vi förvissade om att bättre handelstider väntar, och det snart. Enligt siffrorna i vår rykande färsk mätning känner svenska konsumenter precis likadant: **det ekonomiska självförtroendet är tillbaka men de avvaktar lite till med de stora inköpen.**

I början av förra året introducerade vi begagnade produkter på Prisjakt, och Ny-ish blev en satsning som landade helt rätt när priskänsligheten var som störst. Men när svenskarna höll hårt i plånboken vann de kinesiska jättarna mark. Deras framfart har dock

blåst nytt liv i hållbarhetsfrågorna, och i takt med att konsumenternas medvetenhet växer, ökar efterfrågan på begagnade produkter ytterligare. En motion om sänkt moms på second hand bereds just nu i skatteutskottet och riksdagen har bara en rimlig väg att gå. Så om du inte redan sitter på det cirkulära tåget är det dags att springa ikapp det – det har lämnat perrongen och ökar farten under 2025.

När vi går in i vårt fjärde år med Konsumentkompassen känns den mer relevant än någonsin. Prisjacts Köpkraftindex sätter siffror på svenskarnas ekonomiska styrka, medan köpintresset i de olika segmenten avslöjar var deras prioriteringar ligger. Som butik och varumärke är din prioritering alltid kunden, och just därför lägger vi tid och kraft på att göra den här rapporten. För på Prisjakt vet vi att insikt leder till bättre beslut.

Vänligen
Peter Greberg, VD på Prisjakt

Prisjacts
Köpkraftindex

6,7

JANUARI - MARS
2025

Läs mer om hur,
vad och varför på **sidan 2**

**“AI skapar nya köpresor
som handeln måste lyckas
förhålla sig till”**

Läs intervjun med
Jonas Arnberg på **sidan 4**



62%

av kvinnorna i gruppen
18-29 år planerar att
handla skönhets-
och hälsoprodukter

Läs mer på **sidan 6**

Innehåll

Svenska konsumenters köpkraft	2
Återhämtning kräver tid	3
Trendspaning: Jonas Arnberg, detaljhandelsexpert	4
Shoppingbudgeten krymper	5
Så handlar vi i Q1	6
Kommentar: Isabella Ahmadi, konsumentexpert på Prisjakt	7

Prisjaks Köpkraftindex

Konsumenternas köpkraft första kvartalet 2025

Hur ser framtidsutsikterna ut inom handeln?
Den frågan besvarar vi med hjälp av Prisjaks Köpkraftindex.

Prisjaks Köpkraftindex mäter de svenska konsumenternas upplevda köpkraft det närmaste kvartalet. Skalan sträcker sig mellan 1 och 10, där 1 betyder att konsumenterna upplever att de har mycket små möjligheter att konsumera och 10 att de har mycket goda möjligheter.

På så vis blir Prisjaks Köpkraftindex ett mått på möjligheten till både planerade och spontana inköp. Siffrorna bygger på en mätning gjord av analysföretaget Opinion. Inför första kvartalet 2025 genomfördes webbintervjuer med 1003 svenskar mellan 18 och 79 år.

Prisjaks
Köpkraftindex

6,7

JANUARI - MARS
2025

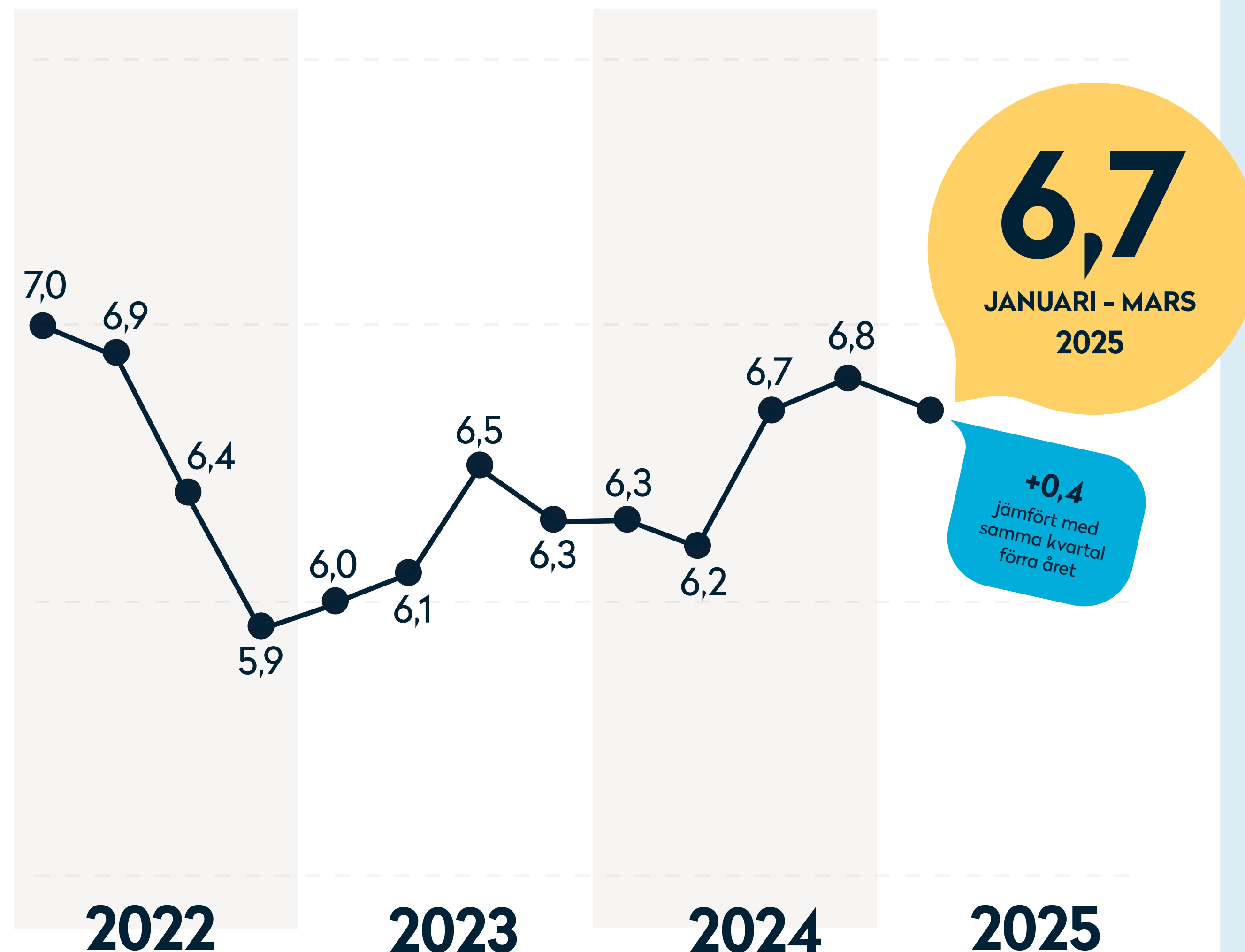
Återhämtning kräver tid och tålamod

Prisjakt's Köpkraftindex för årets första kvartal blev 6,7. Något svagare än det köpfest-kvartal som avslutade fjolåret, men ett väntat kliv uppåt jämfört med Q1 2024.

Två av fem svenskar (40%) anser att de har goda möjligheter att spendera pengar de kommande tre månaderna, en andel som ligger på samma nivå som förra kvartalet. Men svenskarna väljer samtidigt att hålla i slantarna efter senhöstens rea och julhandel. Svenskens snittbudget landar på 7 842 kr för de kommande tre månaderna, vilket är oväntat mycket lägre än i mätningen för ett år sedan liksom mätningen i Q4. Faktiskt är det den lägsta snittbudgeten vi hittills uppmätt i Konsumentkompassen.

Krig, konflikter, regeringskriser och presidentval; vår omvärld är i ständig förändring och orosmolnen har långtifrån skingrats sedan vår förra mätning. Samtidigt har det penningpolitiska läget ljusnat i Sverige och Riksbanken bedömer att vi är nära en konjunkturvändning. Inflationstakten har legat under målet, energipriserna har sansat sig och styrräntan har fortsatt nedåt.

Bolånetagarna kan vänta sig en ny räntesänkning i slutet av januari och möjligen en till i mars, och under årets andra kvartal ser många fram emot en lönerrevision. Men det behöver inte innebära att konsumtionen genast drar i väg. Svenskt Näringsliv förutspår att det dröjer några månader till innan hushållen sparat i kapp sin buffert och vågar shoppa loss, så det ska bli spännande att se vad Prisjakt's Köpkraftindex säger framöver.



TRENDERNA 2025

Second hand, AI och prisvärdhet

Hur kommer handeln 2025 att se ut? Vi bad detaljhandelsexperten Jonas Arnberg, som ansvarar för Svensk Handels nätverk för hållbar e-handel och driver Detaljhandelspodden, att titta in i spåkulan och ge sin bild av det kommande året.

Vilka trender kommer att präglade handeln 2025?

– Jag tror att det blir ett sista år av lågkonjunkturen, vilket tvingar hushållen att spara och handeln att fortsätta jobba med effektiviseringar och omställning till lönsamhet. Lite trist, men 2025 blir nog ganska likt 2024. Det ska bli väldigt intressant att se hur hållbarhetsdriven konsumtion och cirkulär handel utvecklas. Second hand går ju fortsatt starkt men i övrigt syns en form av "grön trötthet", se bara på Temus framfart. Detta kompenseras förhoppningsvis av all lagstiftning som börjar gälla i år med avsikt att skapa en mer hållbar handel. Jag tror också att vi kommer att få se fler exempel på hur AI skapar nya köpresor som handeln måste lyckas förhålla sig till.

Hushållens köpkraft håller sakta men säkert på att stärkas. Hur kommer det att påverka konsumentbeteendet?

– Jag tror tyvärr inte att vi kommer att få se hushållen shoppa loss i år. Räntan har ju kommit ner och ökat konsumtionsutrymmet samtidigt som svensk ekonomi börjar ljusna, men hushållen har många hål att fylla upp och arbetslösheten stiger fortfarande. Tillsammans med en väldigt orolig omvärld tror jag att man måste räkna med att även 2025 går på sparlåga med konsumenter som letar pris och värde för pengarna.

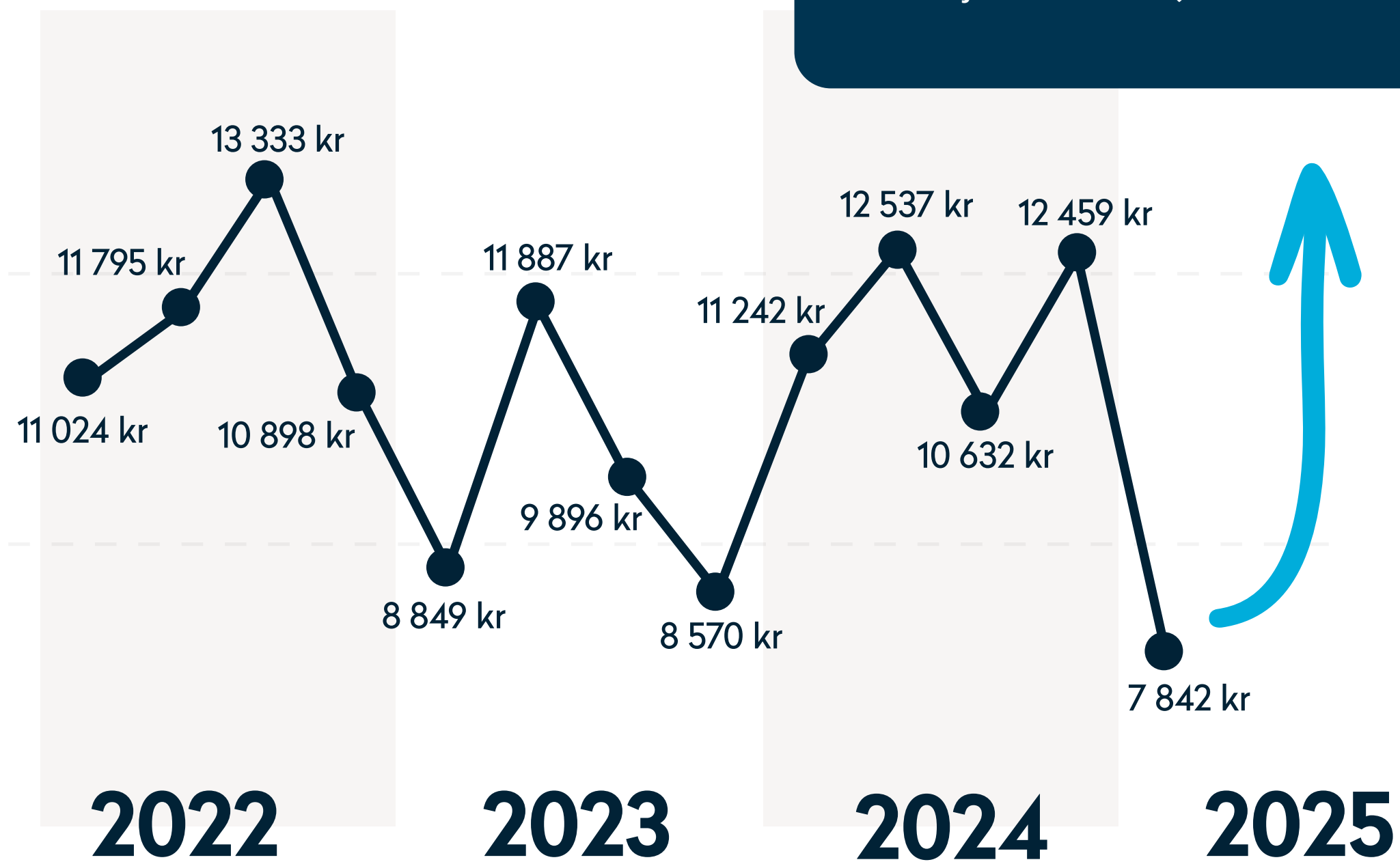
Vad hoppas du få se i branschen under året?

– Jag hoppas att Trumps tullar inte blir så omfattande som han säger och att de inte utlöser ett handelskrig med potentiellt stigande priser. Jag hoppas också att konkurstrenden vänder och att fler handelsföretag lyckas ställa om till lönsamhet. Kanske har vi i slutet av 2025 en handel som är betydlig mer uthållig och livskraftig än på många år. Jag hoppas få se fler svenska e-handlare satsa globalt, eller åtminstone äga Norden, och jag hoppas att fler vågar investera i innovation och varumärkesbyggande snarare än priskampanjer.

Jonas Arnberg
Detaljhandelsexpert



Svenskarnas snittbudget



7 842 kr

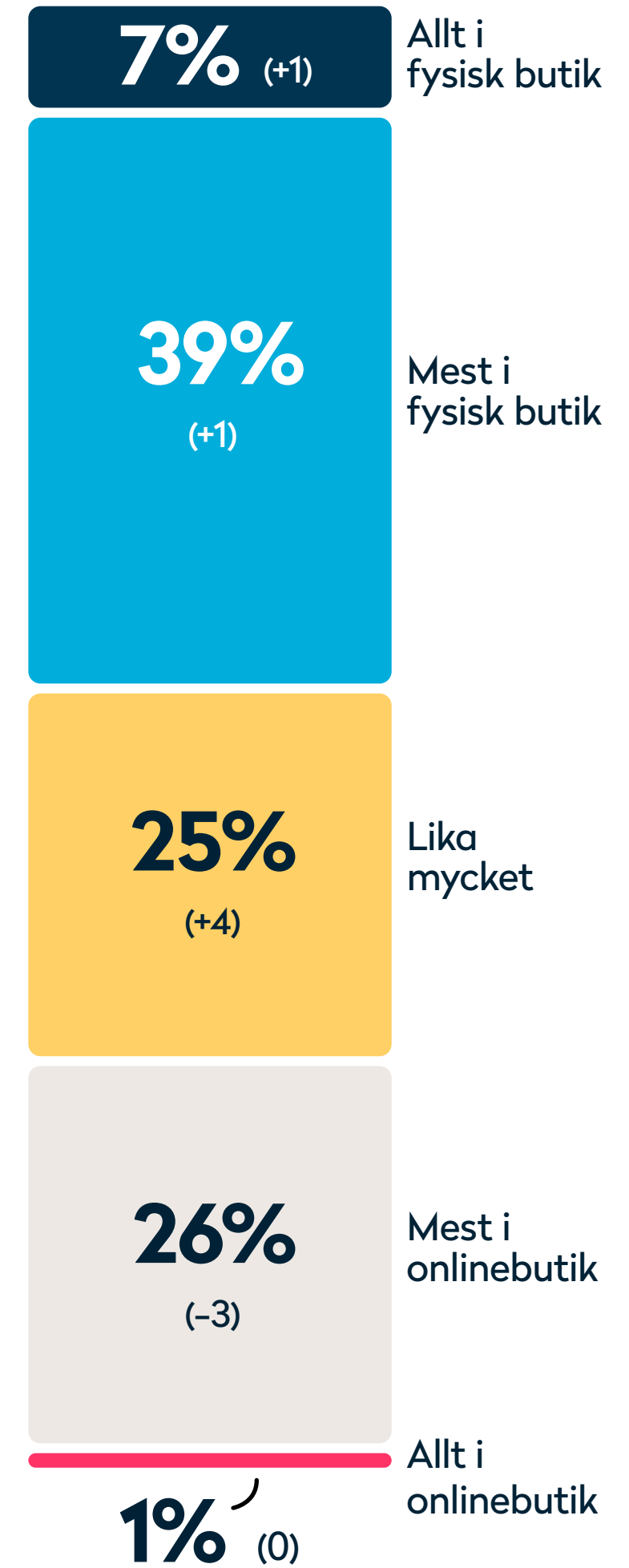
Så mycket planerar svensken att i snitt handla fysiska varor för de kommande tre månaderna.

Snittbudgeten sjönk med **4 617 kr (-37%)** jämfört med förra kvartalet och **3 400 kr (-30%)** jämfört med Q1 2024.

Fysiska handelen aningen uppåt

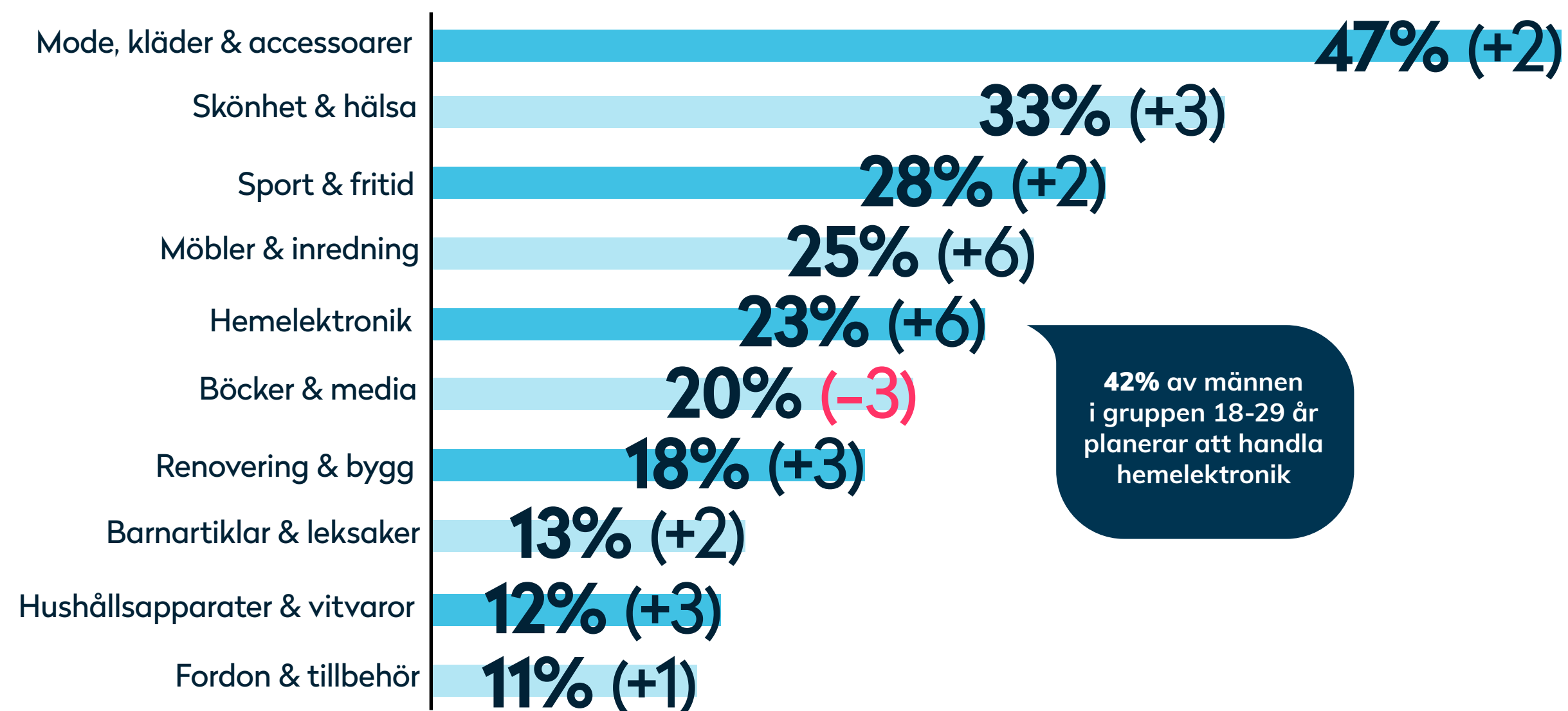
Här uppger svenskarna att de tänker shoppa de kommande tre månaderna.

(Förändring jämfört med Q1 2024 i procentenheter.)



Det här planerar svenskarna att handla i Q1 2025

(Förändring jämfört med Q1 2024 i procentenheter)



Heminredningen på stabil frammarsch

44% av kvinnorna i gruppen 18-49 år planerar att handla heminredning

Förra kvartalets uppstickare var segmentet Möbler & heminredning och den positiva utvecklingen fortsätter i Q1: segmentet ökar 6 procentenheter jämfört med samma period i fjol, men även 2 procentenheter jämfört med förra kvartalet. Nu börjar också Hushållsapparater & vitvaror samt Hemelektronik att klättra i listan, med 3 respektive 6 procentenheter på årsbasis, och jämfört med föregående kvartal ökar båda med 4 procentenheter. Framgången för just dessa tre segment känns som tydliga tecken på att räntesänkningarna gett hushållen större svängrum och möjligheterna att investera i sitt boende ökar.

Segmentet Renovering & bygg ökar i årsjämförelsen, men backar 1 procentenhet jämfört med förra kvartalet. Vi lär dock se en skjuts i nästa mätning då säsongen är mer rätt. Däremot är det förkylningstider och Skönhet & hälsa går 3 procentenheter framåt på årsbasis, men ökar med blygsammare 1 procentenhet jämfört med förra kvartalet.



**Isabella Ahmadi,
konsumentexpert
på Prisjakt**

SHOPPINGÅRET 2025

Svenskarna är redo att lämna standby-läget

När vi nu kliver in i 2025 är frågan på allas läppar: Blir det ny sprutt på konsumtionen i år? Efter ett hyfsat hoppfullt avslut av fjolåret kommer sannolikt konsumenternas köpkraft stärkas ytterligare under året.

Men svenskarna håller i pengarna. Det visar den överraskande låga shoppingbudgeten för årets första kvartal, som landar på 7 842 kronor. Trots det upplevs köpmöjligheterna goda. Troligtvis krävs påfyllning i bufferten innan pengar kan gå till shopping.

Priskänsligheten hänger kvar hos de medvetna svenska konsumenterna.

Även om plånboken känns tjockare, syns en återhållsamhet och det blir än viktigare att träffa rätt med sortiment och prisbild. När köpkraften väl återvänder uppstår utrymme för mer kapitalkrävande inköp, som för en del har stått på standby under en tid. I år kan konsumenterna våga sig på nya produkter och dyrare uppgraderingar. En nyvunnen nyfikenhet kan stå för dörren.

Samtidigt pressas handeln av de orimligt låga priserna från jättarna Temu och Shein, som trots svidande kritik växer i Sverige. Hur de kinesiska marknadsplatserna ska hanteras lär bli en stötesten under året. Motpolen till ultra fast fashion och lågprispyttlar, nämligen cirkulär konsumtion, kommer också vara ett

fortsatt spännande ämnesområde att följa. På Prisjakt kan konsumenter prisjämföra begagnade produkter och vi ser att intresset för detta ökar.

Årets spelplan för handel och konsumtion är en väv av motstridigheter. Kinesiska lågprisjättar lockar samtidigt som hållbarhet är en viktig fråga för konsumenterna. Köpkraften lär återvända, men pris-medvetenheten består. Många är skärmtrötta men sociala medier kan ge skjuts åt försäljningen. Det kan kännas rörigt, men handlare får nu möjlighet att positionera sig och bli ännu tydligare i sitt varumärke och erbjudande. Med träffsäkra produkter, priser och kampanjer har 2025 potential att bli ett fint handelsår.

Vill du veta ännu mer om svenskarnas konsumtion?

I den här rapporten presenterar vi ett axplock av Prisjaktts konsumentdata – men vi har så mycket mer! Som butik kan du vässa dina erbjudanden på Prisjakt med vår statistikfeed. Den innehåller data för alla dina produkter på Prisjakt tillsammans med bland annat konkurrenternas priser och placeringar. För varumärken erbjuder vi tjänsten Featured Brand som presenterar insikter om de populäraste produkterna, dina marknadsandelar och mycket mer.

Kontakta oss

konsumentkompassen@prisjakt.nu

