Julefrids-rapporten

Julklappsresa i förändring



2026

amazon.se

Innehåll

Julklappsjakten s. 4–9
Vad styr våra val?

Julhandeln s. 9–15
Pris, tajming och trygga leveranser

Den svenska klappen s. 16–19
När det spelar roll var gåvan kommer ifrån.

Julklappens andra liv s. 20–23
Vidaregåvor och klappar med en historia.



Om Julefridsrapporten 2026

Julefridsrapporten 2026 bygger på en undersökning genomförd av YouGov, på uppdrag av Amazon Sverige, där 1018 intervjuer med julfirande svenskar över 18 år genomfördes under perioden 16–18 september 2026. Urvalet är representativt vad gäller kön, ålder och region.

Rapporten innehåller även insikter direkt från Amazon.se, inklusive sökdata och försäljningstrender. Metod och avgränsningar för respektive analys redovisas i anslutning till de datapunkter där materialet används.

Expertkommentator

John Magnus Roos bidrar med expertkommentarer genom hela årets Julefridsrapport. Han är docent i socialpsykologi och konsumtionsforskare med bakgrund inom ekonomi, psykologi och design. John Magnus är verksam vid högskolan i Borås och affilierad vid Center for Wellbeing, Welfare and Happiness, Handelshögskolan i Stockholm.





Introduktion

Julklappsresa i förändring

Att ge julklappar är en av julens mest uppskattade traditioner, men vägen från idé till färdigt paket ser annorlunda ut idag. Vi hämtar intryck från sociala medier, tar råd av AI, jämför priser under Black Friday och väljer exakt hur och när paketet ska levereras.

I den tredje upplagan av Julefridsrapporten följer vi hela julklappsresan. Från första idé och valet av gåva, till köpet, leveransen och tiden efter paketöppningen. Med tre års data kan vi också se hur svenskarnas vanor, prioriteringar och förväntningar förändras över tid.

Vi tar tempen på de stora och små besluten som formar julhandeln. Hur använder vi oss bäst av AI som presentrådgivare? Vad styr egentligen valet av julklapp? Hur står sig idén om ”Årets julklapp” mot vad vi faktiskt köper och önskar?

Årets rapport handlar också om vad som krävs för att julhandeln ska fungera. Att svenska företag kan nå fler kunder, att lokala varumärken blir enklare att upptäcka och att paketen kommer fram när de ska. Tillsammans med experter, svenska entreprenörer och partners inom leverans och logistik belyser vi hela kedjan bakom årets mest intensiva handelsperiod.

Julen ska vara en tid för omtanke, gemenskap och glädje. Med bättre inspiration, ett brett urval, tydligare information och flexibla leveransalternativ kan julhandeln bli lite enklare och lämna mer utrymme för det som faktiskt betyder mest. Tid tillsammans och en stund av julefrid.

Gulfem Toygar
Chef för tillväxtländer på Amazon

Del 1

Julklapps-jakten

I en tid av AI, sociala medier och trender undersöker vi vad som faktiskt styr våra julklappsval.



AI som julklapps-rådgivare

Någonstans mellan önskelistan och panikköpet har AI hittat sin plats och i år tar allt fler svenskar hjälp av AI i julklappsjakten. En av tre (34 %) svarar att de någon gång använt AI för att få idéer till presenter. Ytterligare 29 procent kan tänka sig att göra det. Med andra ord: nästan två av tre har antingen testat eller är nyfikna på att låta AI hjälpa till. Dessutom tror var fjärde svensk (25 %) att AI kan minska stressen kring julklappsinköp.

Samtidigt är det långt ifrån alla som är övertygade. Majoriteten av svenskarna tänker klara sig utan AI även i år. 64 procent säger att de inte kommer använda AI för julklappsidéer inför årets julhandel och hälften (49%) har låg tillit till att förslagen blir relevanta.

De yngre är betydligt mer positiva. Nästan hälften av 18-29-åringarna (47 %) tror att AI skulle kunna minska stressen kring julklappsinköp och mönstret är tydligt: För de flesta handlar det inte om att låta en AI-tjänst bestämma eller att ersätta den personliga tanken bakom klappen. Det handlar istället om att komma i gång, sortera idéer och få hjälp när inspirationen tar slut.

AI och julklappsjakten

34 % har använt AI för att få idéer till presenter

33 % litar i hög eller ganska hög grad på AI:s julklappsförslag

25% tror att AI kan minska stressen kring julklappsinköp



”AI kan vara ett bra bollplank när vi letar efter julklappar som känns personliga, passar mottagaren och ryms inom budget. Men för att förslagen ska bli riktigt träffsäkra behöver vi ge en bra beskrivning av personen till AI:n. Från livsstil till aktiviteter, intressen, värderingar och personlighet. Ju mer konkret, desto mer relevanta blir förslagen”

John Magnus Roos
Konsumtionsexpert

Amazon Lens

Amazon Lens är en AI-driven visuell sökfunktion på Amazon som gör det möjligt att hitta produkter i realtid. När kunder ser något de gillar, oavsett om de är ute på stan, handlar online eller scrollar i sociala medier, kan Amazon Lens snabbt och enkelt hitta exakt det de letar efter. Funktionen förändrar därmed hur kunder upptäcker och handlar produkter.

Svenskarna nobbar ”Årets julklapp” – detta borde du ge istället

Varje år utses en ”Årets julklapp” som toppar rubrikerna. Men styr den vad som faktiskt hamnar under granen? Inte nämnvärt, verkar det som. Åtta av tio (78 %) svarar att det inte påverkar deras julklappsköp. Bara 6 procent har någon gång köpt årets julklapp på grund av utmärkelsen.

När svenskarna får frågan vad de önskar sig är presentkortet det vanligaste svaret, men data från Amazon.se visar en annan önskelista – där inredning och förvaring, hudvård och powerbanks är tydliga trender när det gäller produkter som flest lagt till på sina önskelistor under 2026.

TOPPLISTA

De mest önskade produkterna på Amazon.se 2026

1. Växtställning
2. Koreansk hudvård
3. Hudserum med retinol
4. Duschhylla
5. Vibrationsplatta
6. Matförvaringsburkar
7. Powerbank från INIU
8. Powerbank från Anker
9. Dimbar nattlampa
10. Ansiktsmasker

”Det finns ett intressant glapp mellan vad vi säger att vi önskar oss och vad som faktiskt hamnar på önskelistorna. Presentkort ligger högt när svenskarna får svara generellt, men de konkreta önskemålen är betydligt mer personliga. Här ser vi mycket som kretsar kring bekvämlighet, egenvård och sådant som förenklar vardagen, vilket speglar en önskan om välbefinnande och en större känsla av kontroll i vardagen”

John Magnus Roos
Konsumtionsexpert

Om analysen av önskelistor
Siffrorna i rapporten avser produkter som kunder aktivt sparade på Amazon.se under perioden januari–september 2026. Kunder kan spara en produkt genom att trycka på hjärtikonen i mobilappen, på datorn eller på mobilwebben; använda knappen ”Spara” på en produktsida; lägga till den direkt från produktens detaljsida; spara en produkt direkt från sökresultatet när de söker efter något särskilt; flytta en produkt från varukorgen till önskelistan; spara ett erbjudande från erbjudandesidan; lägga till en produkt i ett presentsammanhang; spara en tidigare köpt produkt på nytt via ”Köp igen”; eller spara en föreslagen produkt från personliga rekommendationer.

Fem julklappstrender från Amazon.se

Amazons Julefridsrapport avslöjar fem julklappstrender att ha koll på, baserat på försäljningsdata från Amazon.se. Från pysselkit till personliga presenter och smarta hemuppgraderingar speglar årets önskelistor en växande vilja att testa nya saker offline, med inspiration från sociala medier och online communities.

TOTALVINNAREN

01 Pyssel och hobbykit

Kreativa kit, ritset, pyssellådor, byggsatser och projekt för både barn och vuxna.

Skapande- och hobbykit är årets starkaste julklappsspaning. Intresset speglar en längtan efter att göra något självständigt och konkret, ofta hemma. Samtidigt är hobbyn tätt sammanflätad med det digitala: inspirationen hittas i sociala medier och resultaten delas ofta vidare i samma kanaler.

TILLVÄXTSUCCÉN

02 Samlarprodukter

Figurer, samlarkort och produkter för den som vill samla, visa upp och byta.

Samlarprodukter förenar nostalgi, gemenskap och ett tydligt mål. Att komplettera en samling kan ge en känsla av att ha något beständigt i en tid som ofta upplevs som föränderlig. Digitala communities har också gjort det enklare att hitta andra med samma intressen.

STORSÄLJAREN

03 Högtalare

En bred kategori, från portabla högtalare till produkter för det uppkopplade hemmet.

Ljud har fått en allt större plats i vardagen, från musik och poddar till film, spel och smarta hem. När mycket av vårt digitala innehåll nås via samma skärm får högtalaren både ett funktionellt och symboliskt värde.

MOTTRENDEN

04 Sy- och broderitillbehör

Skapande, lagande och återbruk som kontrast till ett allt mer uppkopplat liv.

Sy- och broderitillbehör ligger i linje med hur aktiviteter flyttar in i hemmet, men bär också på en annan dimension: Att laga eller skapa själv är ett sätt att vårda det man har och minska slit-och-släng. Här är processen en viktig del av värdet: känslan av att klara av något som blir till en slutprodukt.

FOLKETS VAL

05 Hörlurar

Mest efterfrågade bland unga vuxna och en storsäljande kategori på Amazon.se.

Hörlurar är den mest efterfrågade julklappen bland 18–29-åringar, enligt undersökningen. Bra ljud som följer med i vardagen har blivit viktigt. Samtidigt fungerar hörlurar som ett självuttryck, en vardagsprodukt som också kan signalera stil och tillhörighet.



Amazon.se:s trendanalys bygger på försäljningsdata från oktober–december 2025, jämfört med samma period 2024, och omfattar över 100 000 produkter. Enskilda produkter och modellvarianter har grupperats i julklappstyper utifrån Amazon.se produktkategorier, produktnamn och gemensamma produktfamiljer. Julklappstyperna har bedömts utifrån popularitet, försäljningstillväxt, kategoribredd (hur många olika produktfamiljer som bidrar till kategorin) samt andelen försäljning från nya produkter. Analysen har kompletterats med kvalitativa bedömningar av presentbarhet och samtidsrelevans.



Vad skapar mest julpress i sociala medier?

Sociala medier har blivit en av de viktigaste källorna till julklappsinspiration. Flödet fylls av presenttips, unboxing-videos och köpguider redan i november, och för många börjar julklappsjakten just där. Tre av tio svenskar (30 %) har köpt julklappar efter att ha sett dem i sitt flöde. Det som en gång var fönstershoppande på stan har i stor utsträckning flyttat till skärmen.

Men nästan var fjärde (23 %) har känt press att skapa en bra jul på grund av innehåll i flödet, och var femte tycker att sociala medier har stor påverkan på julstressen. Bland 18–29-åringar och familjer med yngre barn är siffran ännu högre: fyra av tio (41 %). Det som triggar mest? Innehåll om julmat och bakning, jakten på rätt klappar och julpynt.

Detta skapar mest julpress i sociala medier

41% julmat, bakning och det ”perfekta” julfirandet

39% att hitta de ”rätta” julklapparna

36% julpynt, inredning och det ”perfekta” julhemmet



Tre tips som får julbudgeten att räcka längre

1 Satsa på Julklappsspelet

Julklappsspelet är ett enkelt sätt att hålla nere kostnaden utan att tumma på stämningen. Enligt förra årets Julefridsrapport spelar varannan svensk julklappsspelet, med ett snittpris på 113 kr per gåva.

2 Sätt en prisgräns innan du börjar leta

Bestäm en maxsumma per person och filtrera utifrån den. På Amazon.se/lagpris finns en hel sida med bästsäljande produkter till låga priser inom flera kategorier, från skönhet och spel till leksaker och heminredning.

3 Ge bort något att göra

Skapande- och hobbykit, pyssel, sytillbehör och mindre byggprojekt är trender i årets julklappshandel. Sådana gåvor ger mycket för pengarna och dessutom är själva aktiviteten en del av presenten.



3 av 10
har köpt julklappar efter att ha sett dem i sitt flöde

3 av 10
jämför sin jul med andras online

4 av 10
unga känner press att skapa en bra jul

”Sociala medier påverkar vad vi lägger märke till, vad vi tycker är fint och vad vi börjar uppfatta som något vi själva vill ha eller ge bort. Den typen av påverkan behöver inte vara medveten, ofta är det just sånt vi inte själva tänker på som inspiration som kan få störst betydelse. Men utmaningen är att inte ta det vi ser i sociala medier på för stort allvar, utan se det som inspiration, snarare än en måttstock för hur ett julfirande ska se ut.”

John Magnus Roos
Konsumtionsexpert

Del 2

Julhandeln

När vi börjar tidigare blir pris, planering och trygga leveranser en större del av julklappens resa.



Novent en vattendelare – men julen startar allt tidigare

Amazons egna data visar att förberedelserna för julmyset börjar långt före december; Sökningar efter juldekorationer på Amazon.se börjar öka redan i juli, stiger märkbart in i september och oktober, för att nå sin topp i november. Jämfört med september ökade de julrelaterade sökningarna med 119 procent i oktober och stiger sedan med ytterligare 163 procent från oktober till november.

Beställningarna följer samma mönster, med vissa skillnader mellan kategorierna. Efterfrågan på julgranar och julkransar når en tydlig topp i november, medan julpynt och julgransdekorationer fortsätter att vara starka även i december.

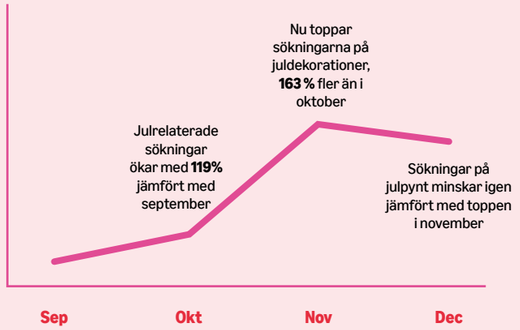
Trenden att börja julpynta och skapa julstämning redan i november har gett upphov till begreppet Novent, en ordlek som kombinerar november och advent. De senaste tre åren har vi sett en långsam ökning av Noventfirande i Sverige, med gradvis mer och mer positiv inställning; andelen som välkomnar Novent har ökat från 14 procent 2024 till 17 procent 2025 och 19 procent i år. Men nästan fyra av tio svenskar (38 %) ställer sig fortfarande negativa till fenomenet, och menar att julen inte bör tjuvstartas. För dem som börjar tidigt handlar det främst om mys, glädje och om att få njuta av julen under en längre period. Andra ser det som ett sätt att minska stressen och sprida ut kostnaderna.

”Vi människor är olika och påverkas också av vår omgivning. För vissa är planeringen en del av julupplevelsen. Att börja tidigt förlänger förväntan och är en del av förklaringen till Novent-trenden. Andra vill i stället vänta in julen och kan uppleva julhandel redan i oktober som mer påträngande än inspirerande. För dem väcks julkänslan först när kylan och mörkret gör sig påminda. Näthandeln gör det lättare att själv välja när man vill börja söka inspiration och erbjudanden. På så sätt kan fler närma sig julen i sin egen takt.”

John Magnus Roos
Konsumtionsexpert

När börjar vi tänka på jul?

Söktrender på Amazon.se: Julgranar, kransar, belysning, pynt och julgransdekorationer



November är startmånad för julhandeln

I årets mätning är november för första gången den månad då flest säger att de börjar köpa julklappar, med en markant ökning från tidigare år. I år börjar var tredje svensk (32 %) julhandla i november, jämfört med 23 procent 2025 och 25 procent 2024.

Analysen bygger på aggregerade månatliga sök- och ordervolymer på Amazon.se från mars 2024 till december 2025, inom fem julrelaterade kategorier: julgranar, julkransar, dekorationer, belysning och julgransdekorationer. De två åren har slagits samman per kalendermånad och förändringarna har beräknats månad för månad. Analysen omfattar miljontals sökningar.



Plånboken styr när Black Friday blir en del av julbudgeten

I år planerar svenskarna att lägga i genomsnitt 3 309 kronor på julklappar. Det är något högre än 2025, då snittet låg på 3 050 kronor, men i nivå med 2024 års snitt på 3 377 kronor. Här har Black Friday blivit ett sätt att få budgeten att räcka längre. I år uppger nästan var femte svensk (18 %) att de börjar sina julklappsinköp då. Något fler än 2025 (15 %) och 2024 (15 %).

För många är rean inte främst en anledning att köpa mer, utan ett tillfälle att genomföra inköp som redan finns på listan om rätt erbjudande finns. Nästan var fjärde svensk (23 %) börjar leta efter julklappar under Black Friday. Bland dem som handlar under Black Friday är det viktigaste att priset faktiskt är lägre än vanligt. Därefter kommer möjligheten att hitta något man redan planerat att köpa och att hitta julklappar till ett lägre pris.

”Black Friday har för många blivit en del av julens planering snarare än ett tillfälle för spontanköp. När erbjudandena faktiskt matchar det man redan tänkt köpa blir det lättare att få julhandeln gjord och hålla koll på budgeten.”

Gulfem Toygar
Chef för tillväxtländer på Amazon

5 viktigaste för svenska folket under Black Friday

61 %
Att priset faktiskt är lägre än vanligt

44 %
Att hitta något jag redan planerat att köpa

37 %
Att hitta julklappar till ett lägre pris

21 %
Att hitta produkter jag annars inte skulle ha råd med

12%
Att hinna få varorna innan jul

Har e-handeln löst svenskarnas leveransångest?

Under pandemiåren tog e-handeln extra fart, och för många blev frågan om paketet verkligen skulle hinna fram ett allt större huvudbry. Idag finns fler alternativ än någonsin: fler ombud och paketskåp, bättre spårning, hemleveranser samt kvälls- och helgleveranser. Utvecklingen tycks ha skapat större trygghet.

Drygt var femte svensk (21 %) uppger att de är mindre oroliga i dag än tidigare över att onlinebeställda julklappar inte ska hinna fram i tid. När det gäller årets julhandel är sex av tio (60 %) inte längre oroliga för att en julklapp de beställer online inte ska hinna fram. Men tryggheten är inte total. En av fyra (38 %) har någon gång under de senaste tre jularna avstått från ett nätköp eftersom de varit osäkra på leveransen.



“Många i undersökningen lyfter fram just behovet av snabba alternativ och tydlig leveransinformation. Ju enklare det är att se exakt när paketet kommer och ju större flexibilitet det finns kring var det kan hämtas ut, desto lättare blir det att handla med tillit, även sent i december.”

Gulfem Toygar
Chef för tillväxtländer på Amazon



INTERVJU

Helena Salomonson, Samhällschef, Postnord

PostNord om rekordvolymer, leveransval och årets mest intensiva veckor



De senaste åren har markerat ett tydligt skifte för PostNords paketvolymer under julhandeln. Det stora språnget skedde under pandemiåret 2020, då e-handeln exploderade och slog ett historiskt Black Week-rekord, med över 9 miljoner hanterade paket i Norden. Nu har de höga volymerna blivit det nya normala, och under Black Week 2024 sattes ett nytt volymrekord, nästan sju procent högre än 2020.

“Våra volymtoppar eller peak-perioder har blivit fler de senaste åren. Paketvolymerna toppar i slutet av november kring Black Week. Den första vardagen efter Black Friday mer än fördubblas volymerna jämfört med en normal vecka. Sedan kommer veckorna efter jul då många returnerar varor, och sedan kommer våren då många beställer trädgårds och fritidsprodukter”

För PostNord är en utspridd julhandel huvudsakligen en fördel.

”Logistiskt sett är det mycket enklare att hantera en jämn hög volym över flera veckor. Det minskar trycket på terminalerna och risken för att ombuden blir överfulla”.

Fler leveransval när trycket ökar

Under julhandeln ökar trycket markant på de traditionella postombuden, vilket ofta leder till köer. Därför ser PostNord en tydlig ökning i användningen av paketboxar och hemleveranser. Många väljer i högre grad hemleverans för ömtåliga eller tunga paket för att slippa bära hem dem i vintervädret.

“Vår senaste årsrapport E-barometern visar att fler konsumenter i sitt senaste köp valt e-handeln som därmed med knapp marginal, passerat den fysiska butiken som populäraste konsumtionskanal. Då är det inte så konstigt att vi även ser en tydlig trend att välja snabbare leveransalternativ, paketboxar eller expressfrakt den sista veckan innan jul, för att spara tid och undvika trängsel”

Olika behov i olika delar av landet

Storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö står för de största volymtopparna. Här är efterfrågan på hemleverans, lördagsleverans och paketboxar som allra störst.

I norra Sverige och glesbygd är man mer beroende av lantbrevbäring och ordinarie ombud. Geografin påverkar också leveransprecisionen; snöstormar och svårt vinterväder kan ibland sänka leveransprecisionen i specifika regioner, framför allt i Norrland.

Så förbereder sig PostNord inför Black Friday och julhandeln

- 100-tals extra medarbetare och transporter i hela landet.
- Förlängd drifttid.
- Tillfälliga paketboxar i storstäderna där trycket är som högst.
- Söndagssortering: paket sorteras även på söndagar.
- Förstärkt kundservice: Extra lördagsöppet i PostNord-appens chatt.
- Runt 1000 röda brevlådor för julkort sätts ut runt om i landet.
- Lördagsleveranser: hemleverans på lördagar där underlag finns.
- Fler självservicestationer för att minska köerna hos ombuden.

Del 3

Den svenska klappen

När det spelar roll var gåvan kommer ifrån och vilka företag som finns bakom den.



Visste du att...

På Amazon.se finns en rik samling av produkter från svenska och nordiska småföretag. Upptäck dem på **www.amazon.se/nordicbrands.**

Spelar det roll var julklappen kommer ifrån?

Många vill ge julklappar som känns genomtänkta, inte bara för mottagaren. Julefridsrapporten visar att julklappsinköpen kan vara ett sätt att stötta lokala entreprenörer och mindre svenska varumärken. Drygt fyra av tio svenskar (44 %) tycker att det är viktigt att julklapparna kommer från svenska företag, och en tredjedel (32 %) lägger extra vikt vid att de kommer från just svenska småföretag.

22 procent vet redan med sig att de kommer köpa minst en julklapp från ett svenskt småföretag i år. Bland unga vuxna mellan 18 och 29 år är andelen högre: drygt en av tre (34 %) planerar att göra det. Viljan att stötta svenska företag finns alltså där. Men när det kommer till att faktiskt klicka ”köp” väger andra saker också tungt: produkten ska vara relevant, priset rätt, och det måste kännas tryggt att handla, särskilt från ett företag man inte känner sedan tidigare.

”När konsumenter väljer små och lokala företag väljer de ofta mer än bara en produkt. De väljer en berättelse, en idé och ett företag som de vill se växa. Men för att den svenska och småskaliga julklappen ska bli ett enkelt val måste den också vara lätt att hitta, tydlig att förstå och tryggt att köpa.”

Gulfem Toygar
Chef för tillväxtländer på Amazon

Den svenska julklappen

Bland de svenskar som köper julklappar:



tycker att det är viktigt att julklappar kommer från svenska företag

tycker att det är viktigt att julklappar kommer från svenska småföretag

planerar att köpa en julklapp från ett svenskt småföretag



INTERVJU

Johan Palmquist, Marketplace Optimization Specialist

För Happy Socks börjar julen direkt efter påsk



För många små och medelstora företag avgörs en stor del av årets resultat under några få intensiva veckor. Black Friday blir starten på en försäljningsperiod som fortsätter genom julhandeln och mellandagsrean. För Happy Socks är perioden så viktig att planeringen börjar flera månader i förväg.

När de flesta fortfarande planerar sin sommarsemester är julhandeln redan i full gång bakom kulisserna på Happy Socks.

“Så fort påsken är över börjar vi preppa inför Black Friday och jul. Det handlar om allt från inköp och lagerplanering till fotograferingar, kampanjmaterial och marknadsföring”.

Det stockholmsbaserade företaget grundades 2008 och säljer i dag över tolv miljoner par strumpor om året till ett 40-tal marknader, med ett sortiment som även omfattar produkter som underkläder, badshorts och tofflor. Precis som för många andra företag med stark koppling till julhandeln är årets sista månader helt avgörande.

För många små och medelstora företag är e-handel vägen till kunder långt utanför den lokala marknaden. Men att växa internationellt kräver betydligt mer än att bara översätta produktnamnen i en webbshop. Happy Socks har haft ett internationellt fokus sedan starten 2008 och har under åren byggt upp försäljning i Europa, Asien och Nordamerika. Johan Palmquist menar att mindre företag ofta underskattar värdet av att samarbeta med etablerade aktörer när de vill växa.

“Black Friday är egentligen startskottet för den längre julhandeln. För oss är november och december vår absolut viktigaste period. De två månaderna står för en väldigt stor del av årets försäljning.”

“Försök inte göra allting själv. Genom att arbeta med rätt partners, distributörer, återförsäljare och marknadsplatser kan du få tillgång till både lokal kunskap och räckvidd som annars kan vara svår att bygga upp på egen hand”.

I grunden är hans råd enkelt.

“Distribution gör dig tillgänglig, men det är fortfarande produkten och berättelsen som skapar relevans och får människor att välja just dig. I slutändan handlar det om att kombinera räckvidd med något som faktiskt betyder något för kunden”

Vad säljer bäst inför jul?

- Under resten av året är mindre förpackningar med ett eller två par strumpor mest populära. Inför julhandeln ökar efterfrågan på boxar med tre eller fyra par.
- Strumpor med fruktmönster säljer särskilt bra. Strumpor med bananmotiv är en storfavorit.
- I Frankrike och Italien är strumpor med vinmotiv särskilt populära. I Tyskland väljer kunder oftare strumpor med färgglada prickar och ränder.



Del 4

Julklappens andra liv



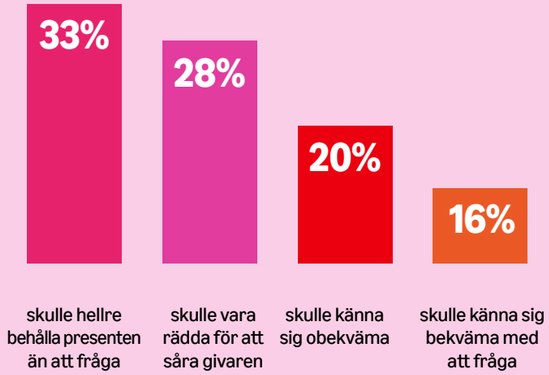
Vidaregåvor och klappar med en historia.

Vidaregåvor

Bara för att paketet öppnats betyder inte alltid att julklappsresan nått sitt mål eller lyckats träffa rätt. Åtta av tio (80%) har någon gång fått en julklapp de egentligen inte ville ha eller hade användning för. Men att ha fått en oönskad gåva betyder inte att det känns enkelt att göra något åt den. En tredjedel (33 %) säger att de hellre skulle behålla presenten än be om kvittot. Nästan tre av tio (28 %) skulle känna sig obekväma, och var femte (20 %) skulle vara rädd för att såra personen som gav gåvan.

Samtidigt är givarna ofta mer förstående än mottagarna verkar tro. När svenskarna får frågan hur de skulle känna om någon bad om kvittot för en gåva de själva gett, är det vanligaste svaret att de skulle bli glada över att personen inte behåller något i onödan (37 %). Nästan lika många (33 %) säger att de inte skulle bry sig.

Så känns det att be om kvittot



”När mottagaren ber om kvitto är det en signal om att du som givare har valt fel, vilket kan väcka obehag. Samtidigt blir känslan mindre om vi vet att vi faktiskt har lagt ner mycket tid och omsorg på valet. Om det ändå blir fel uppskattar de flesta ärligheten. Det är värre om det senare visar sig att någon inte tycker om klappen och att vasen ställs undan eller klädesplagget aldrig används.”

John Magnus Roos
Konsumtionsexpert

Visste du att...

Om någon bad om kvittot för en julklapp de fått skulle 37 % av givare bli glada över att gåvan inte behålls i onödan.



Julefridsrapporten 2026



Byta, ge bort eller behålla?

När en julklapp inte blir rätt är byte det mest accepterade alternativet. Tre av tio svenskar (30 %) tycker att det är mest acceptabelt att byta gåvan mot något annat. Därefter följer att behålla den (18 %) eller ge den vidare till någon annan (16 %).

Julklappsspelet är ett annat tillfälle att ge nytt liv åt klappar. I en separat fråga svarar nästan tre av tio (29 %) att de har återanvänt en julklapp de själva fått som sitt bidrag i spelet. Vidaregåvor är alltså inte nödvändigtvis tabu, utan kan vara ett praktiskt och lekfullt sätt att låta en gåva hitta en ny mottagare.

TOPPLISTA

Mest acceptabelt att göra med en oönskad julklapp

1. Byta den mot något annat **30%**
2. Behålla den **18%**
3. Ge bort den **16%**
4. Returnera den och få pengarna tillbaka **13%**
5. Sälja den **8%**

Den begagnade julklappen

En julklapp behöver inte vara ny för att kännas genomtänkt. I år planerar 16 procent att köpa minst en begagnad julklapp. Bland 18–29-åringar är andelen betydligt högre: 35 procent.

En begagnad gåva kan erbjuda något som är svårt att hitta nytt: en egen historia, ett särskilt uttryck eller en mer personlig känsla. Samtidigt finns tydliga trösklar. Bland dem som inte planerar att köpa second hand är det vanligast att man föredrar att ge nya produkter (33 %), är osäker på produktens skick (28 %) eller har svårt att hitta rätt produkt (24 %).

”Det här är verkligen en samhällstrend, där synen på om man kan ge second hand i present nu luckras upp. I Sverige är det i dag själva jakten på något unikt och personligt som är den stora drivkraften, snarare än priset. Samtidigt finns det kvar ett motstånd. I många grupper är den rätta julklappen förknippad med priset och att visa mottagaren att hen är värd en ny produkt.”

John Magnus Roos
Konsumtionsexpert

Visste du att...

På Amazon.se/Begagnad hittar du begagnade böcker och rekonditionerad elektronik, samt begagnade verktyg och produkter för hem och kök. Produkterna säljs av tredjepartssäljare och är tydligt klassificerade efter skick, vilket gör det enkelt att bedöma produktens kvalitet.

TOPPLISTA

Mest attraktivt att ge som begagnade gåvor

1. Samlarföremål och vintageprodukter **40%**
2. Böcker **39%**
3. Leksaker och spel **32%**
4. Inredning och hushållsprodukter **27%**
5. Kläder eller accessoarer **23%**
6. Renoverad eller rekonditionerad elektronik **18%**

Visste du att...

35 % av unga vuxna planerar att köpa minst en begagnad julklapp i år




amazon.se