

# Julegavehandels-undersøkelse

FLYKTNINGHJELPEN - AUGUST 2025

ANALYSE  
S3EFENE



FLYKTNINGHJELPEN  
NORWEGIAN REFUGEE COUNCIL

# Målsetningen med prosjektet

Formålet med undersøkelsen er å kartlegge nordmenns holdninger og handlinger knyttet til julegaver – med særlig vekt på potensialet for gaver med humanitær betydning. Gjennom en landsrepresentativ undersøkelse har vi funnet ut:

- Kvalifisere hvor stort markedet er for “lavmeningsfulle” julegaver (f.eks. sokker, konfekt, gavekort)
- Avdekke hvordan nordmenn reflekterer rundt meningsfulle gaver og donasjoner
- Identifisere verdiparadokser og barriere for å velge alternative, veldedige gaveformer

Studien kombinerer innsikt i faktisk atferd med holdninger og selvrefleksjon, og gir dermed et helhetlig bilde av både det rasjonelle og emosjonelle landskapet Flyktninghjelpen opererer i knyttet til julehandelen.



## Metode og gjennomføring

- Det er gjennomført 1000 intervju i denne kampanjetesten. Dette bidrar til å sikre oss solide baser som gir reliable resultater og muligheten til å analysere interessante målgrupper og segmenter.
- Respondenter i aldersgruppen 18+ er rekruttert fra landsrepresentativt panel for å sikre representative resultater.
- Respondenter har besvart en online spørreskjema i juli 2025.
- Utvalget er CINT / Syno som er en anerkjent og ledende panelleverandør av data til undersøkelser.
- Resultatene er analysert av en senioranalytiker i Analysesjefene i samarbeid med Morgenstern.



## Executive Summary

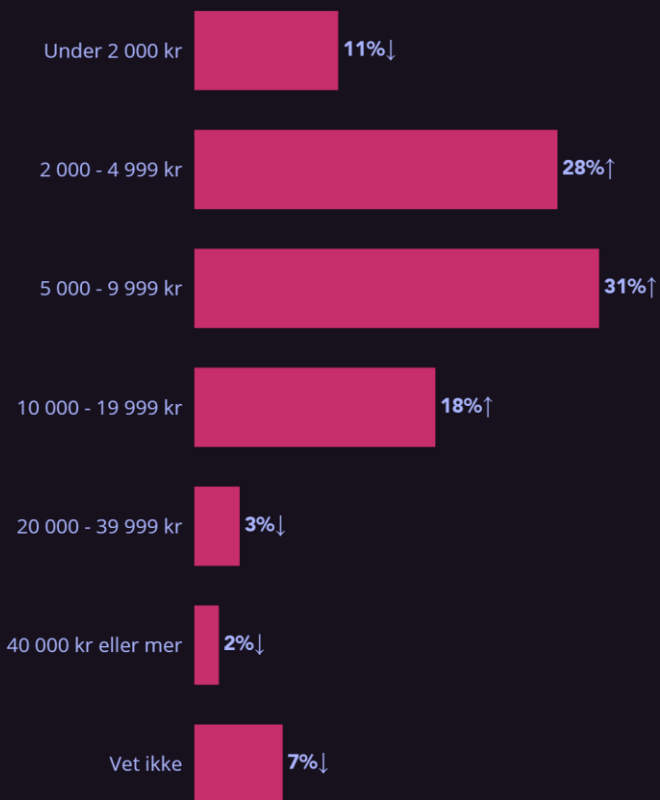
**Nordmenn bruker over 35 milliarder kroner på julegaver, og store deler av dette går til produkter med lav opplevd verdi – som duftlys, gavekort, konfekt og pyntegjenstander.**

Undersøkelsen viser at det eksisterer et tydelig verdiparadoks: De fleste sier de ønsker å gi mer meningsfulle gaver, men ender likevel med å kjøpe det samme som alltid.

Kun 14 % har noen gang gitt en veldedig gave i julen – samtidig sier 4 av 10 at de kunne tenke seg å gjøre det. Flyktninghjelpen har høy kjennskap og sterk tillit i befolkningen, og fremstår som en av de mest relevante aktørene for å eie posisjonen som “gaven med mening”.

### Hovedfunn:

- 7 av 10 nordmenn oppgir at mange julegaver de gir “mangler mening”
- 8 av 10 nordmenn handler fra kategorier som konfekt, pynt og gavekort – ofte uten høy mottakerverdi
- Bare 14 % har gitt en veldedig julegave tidligere, men 40 % sier de kunne tenke seg å gjøre det



Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker totalt på julegaver per år?

SUMMARY

sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level

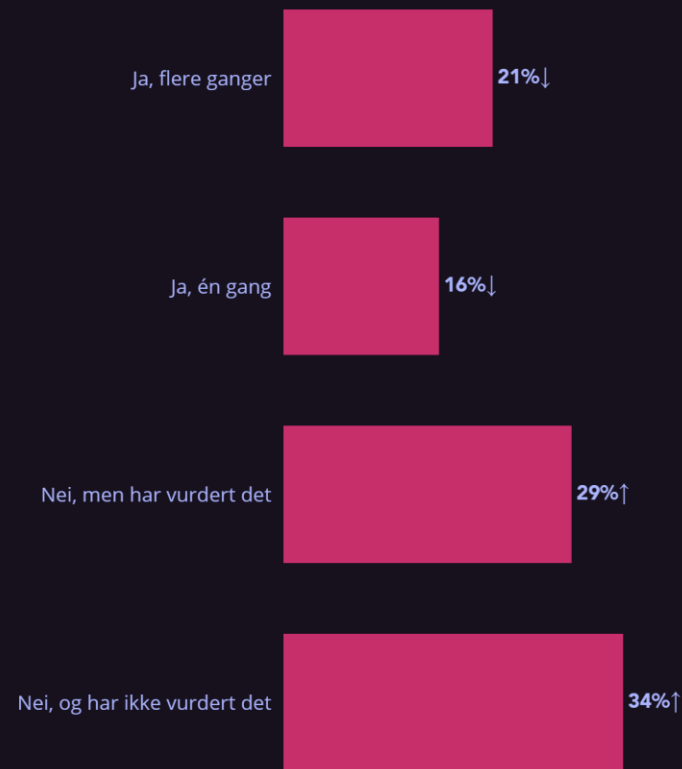
## Nordmenn bruker over 35 milliarder kroner på julegaver hvert år

Gaver er ikke bare en symbolsk gest – for norske husholdninger representerer julegavehandelen en substansiell, planlagt utgift:

- **77 %** oppgir at de bruker mellom **2 000 og 20 000 kroner**
- **Flest** ligger i intervallet **5 000–9 999 kr** (31 %)
- Kun **11 %** oppgir budsjett under 2 000 kr
- Bare **5 %** bruker mer enn 20 000 kr

Basert på disse tallene anslås det totale julegaveforbruket til **over 35 milliarder kroner** årlig i den voksne norske befolkningen.

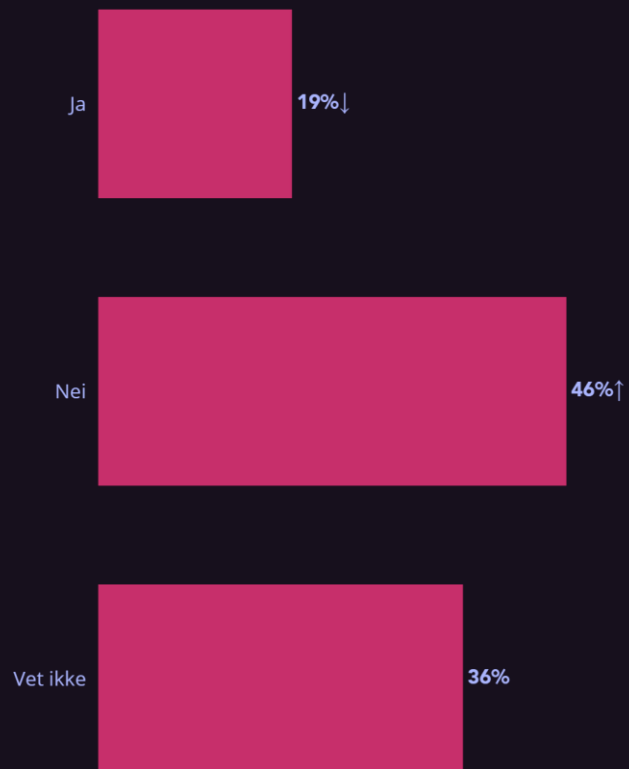
Dette bekrefter at gaveøkonomien er både emosjonelt og økonomisk kraftfull – og dermed moden for refleksjon og påvirkning



## De fleste har aldri gitt en veldedig gave – men mange er i tenkeboksen

Til tross for at julegaveforbruket overstiger **35 milliarder kroner** årlig, har kun **37 %** av nordmenn noen gang gitt en donasjon til veldedighet som julegave:

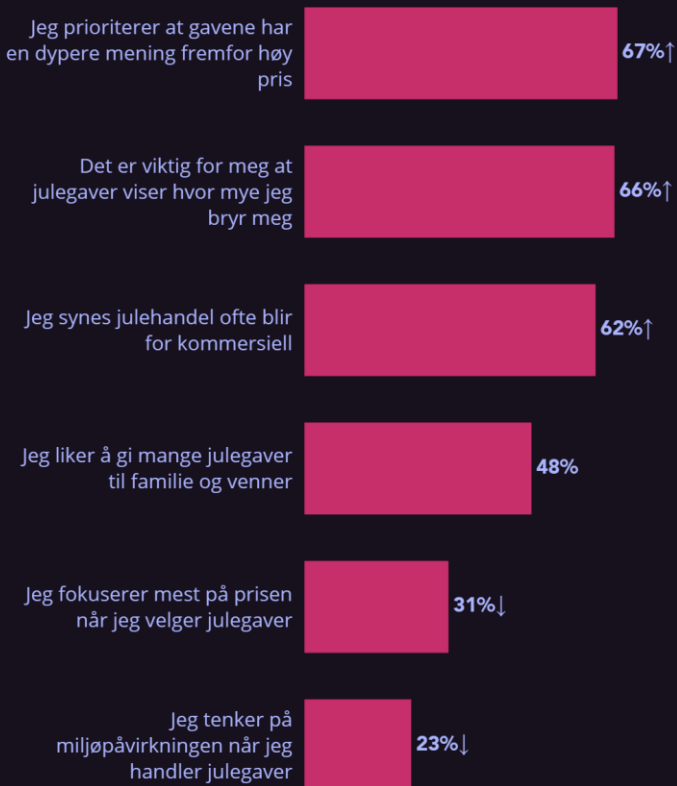
- 21 % har gjort det flere ganger
- 16 % har gjort det én gang
- 29 % har vurdert det, men aldri gjennomført
- 34 % har aldri vurdert det i det hele tatt



## Kun 1 av 5 planlegger å gi en donasjon som julegave

Til tross for sterk gavekultur og høy bevissthet rundt humanitære behov, oppgir kun **19 %** at de planlegger å gi en donasjon til veldedighet som julegave i år.

- **46 %** sier de ikke planlegger det
- Men hele **36 %** svarer “vet ikke”



[X] I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander om julehandel?  
Filter: De som er Helt eller ganske enige SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level

## Nordmenn ønsker å gi med mening – men handler ofte mot bedre vitende

Undersøkelsen avdekker et sterkt verdiforankret ønske om at julegaver skal være uttrykk for omtanke og hensikt:

- **67 %** sier de prioriterer at gaver har en dypere mening
- **66 %** ønsker at gaven skal vise at de bryr seg
- **62 %** mener julehandelen ofte blir for kommersiell

Men på tross av dette:

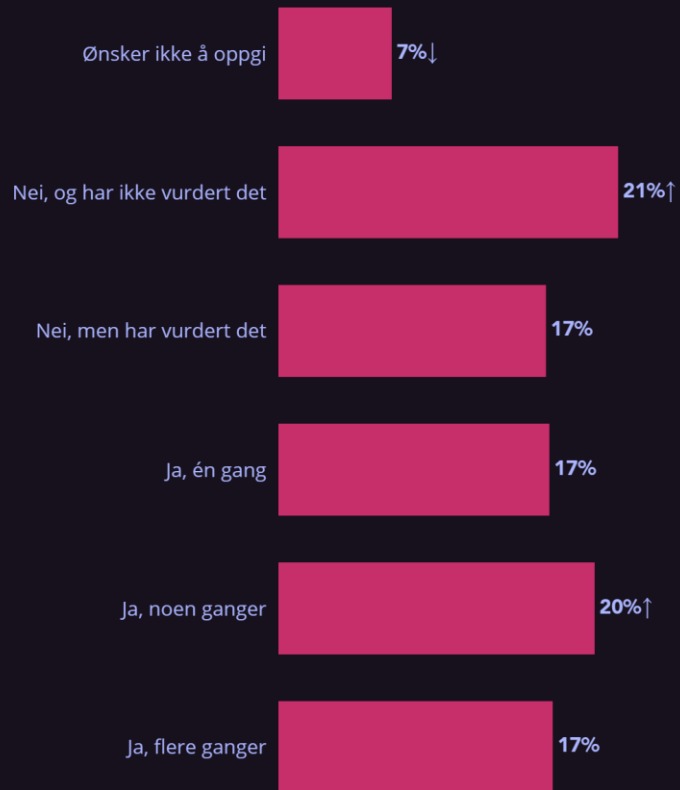
- Bare **19 %** planlegger å gi en donasjon som gave
- Kun **23 %** tar miljøpåvirkning med i betraktningen

Dette tyder på et tydelig **holding-atferd-gap**:

Giverintensjonen er verdibasert – men praksis styres fortsatt av pris, vaner og volum.



De som gir:  
hvem, hva og hvor det går



Har du gitt økonomisk støtte til veldedige organisasjoner i løpet av det siste året? SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level

## Over halvparten har gitt til veldedige formål det siste året

Men én av fem har aldri vurdert det – og det avslører et stort uutnyttet potensial.

Undersøkelsen viser at **54 % av nordmenn har gitt økonomisk støtte til veldedige organisasjoner i løpet av det siste året:**

- 20 % har gitt noen ganger
- 17 % har gitt én gang
- 17 % har gitt flere ganger

Samtidig har:

- 21 % *verken gitt eller vurdert det*
- 17 % *vurdert, men ikke gitt*



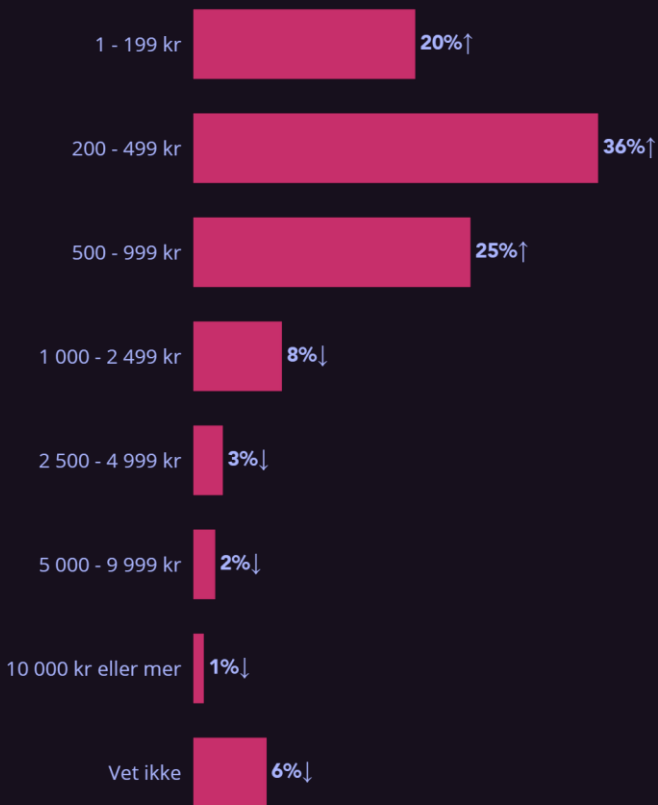
# Små gaver, stort forbruk – et blikk på nordmenns julehandel

# Nordmenn bruker nesten 1.3 milliarder på duftlys og dekorasjon til jul - og da kun i gaver

Hver tredje nordmann kjøper duftlys eller hjemmedekorasjon som julegave – oftest av lav verdi og med lavt emosjonelt engasjement. Likevel utgjør det samlede forbruket et overraskende høyt beløp:

Totalt anslås det at nordmenn bruker over **1.3 milliarder kroner** på denne gavekategorien alene.

Flertallet av kjøperne ligger i segmentet 200–999 kroner per år, men også grupper med lav inntekt og yngre aldersgrupper står for store deler av volumet.



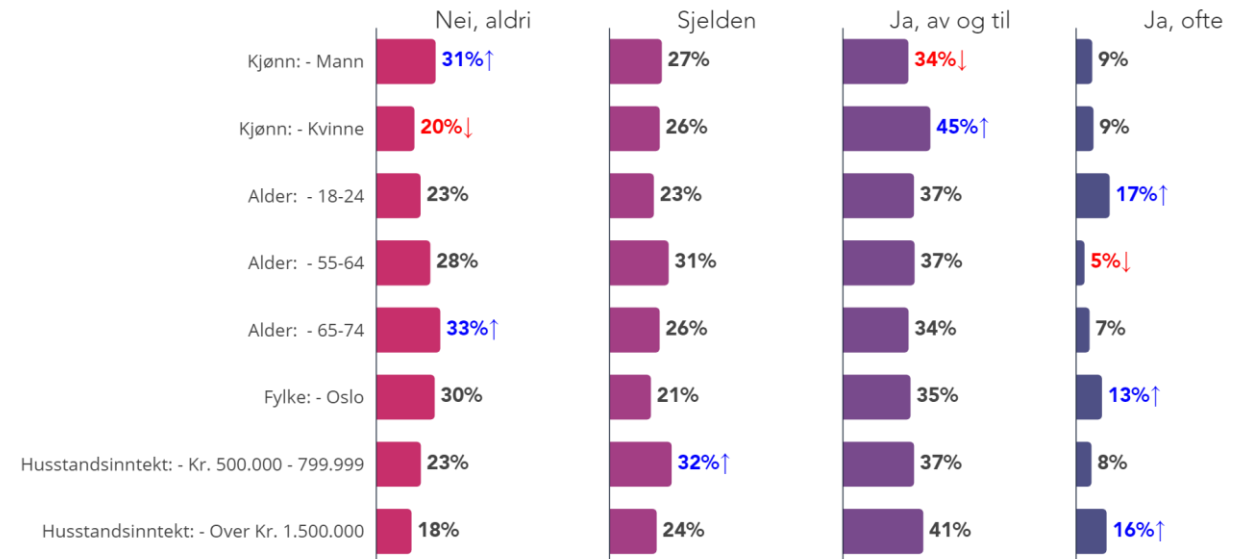
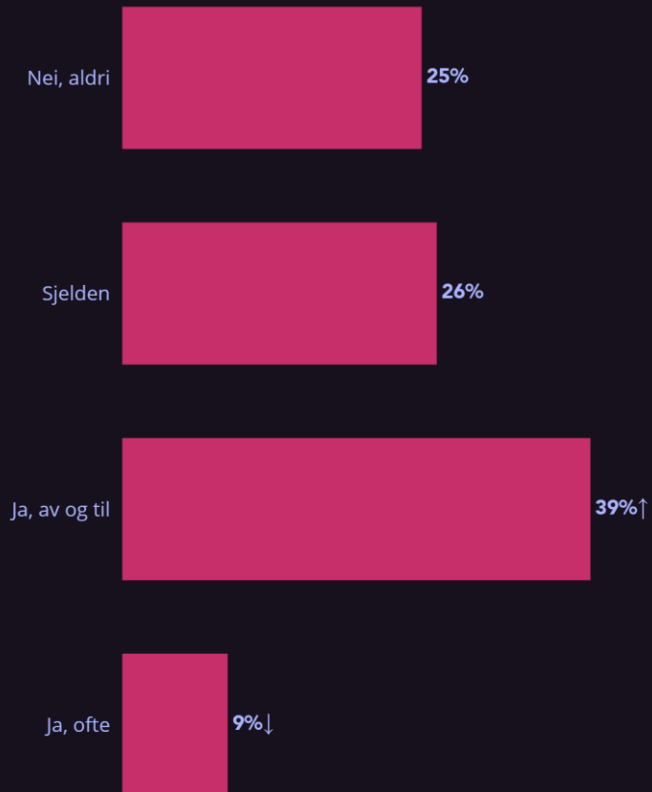
|                                                | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 500 - 999 kr | 1 000 - 2 499 kr | 2 500 - 4 999 kr | 5 000 - 9 999 kr | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|------------------------------------------------|------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                                  | 21%        | 32%          | 23%          | 9%               | 3%               | 3%               | 1%                  | 6%       |
| Kjønn: - Kvinne                                | 19%        | 40%          | 26%          | 7%               | 2%               | 1%               | 0%                  | 7%       |
| Alder: - 25-34                                 | 13%        | 32%          | 35%          | 13%              | 2%               | 2%               | 0%                  | 3%       |
| Alder: - 35-44                                 | 20%        | 33%          | 26%          | 5%               | 5%               | 5%               | 3%                  | 3%       |
| Alder: - 65-74                                 | 27%        | 34%          | 14%          | 7%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 18%      |
| Alder: - 75-80                                 | 22%        | 44%          | 11%          | 0%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 22%      |
| Fylke: - Agder                                 | 39%        | 31%          | 22%          | 3%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 6%       |
| Fylke: - Møre og Romsdal                       | 4%         | 39%          | 43%          | 9%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 4%       |
| Fylke: - Nordland                              | 23%        | 26%          | 23%          | 10%              | 0%               | 3%               | 0%                  | 15%      |
| Fylke: - Oslo                                  | 14%        | 34%          | 15%          | 14%              | 10%              | 10%              | 0%                  | 4%       |
| Fylke: - Østfold                               | 27%        | 17%          | 38%          | 13%              | 4%               | 0%               | 0%                  | 2%       |
| Fylke: - Rogaland                              | 18%        | 38%          | 23%          | 3%               | 3%               | 3%               | 5%                  | 10%      |
| Fylke: - Telemark                              | 11%        | 61%          | 17%          | 11%              | 0%               | 0%               | 0%                  | 0%       |
| Fylke: - Troms                                 | 22%        | 57%          | 4%           | 4%               | 4%               | 0%               | 4%                  | 4%       |
| Husstandsinnkomst: - Inntil Kr. 300.000        | 20%        | 54%          | 14%          | 11%              | 0%               | 0%               | 0%                  | 0%       |
| Husstandsinnkomst: - Kr. 300.000 - 499.999     | 29%        | 38%          | 18%          | 5%               | 2%               | 0%               | 0%                  | 7%       |
| Husstandsinnkomst: - Kr. 1.000.000 - 1.499.999 | 16%        | 31%          | 35%          | 7%               | 4%               | 3%               | 2%                  | 2%       |
| Husstandsinnkomst: - Over Kr. 1.500.000        | 13%        | 31%          | 19%          | 13%              | 4%               | 11%              | 4%                  | 6%       |

Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

## Hver annen nordmann kjøper sokker og undertøy til jul – ofte uten at noen har bedt om det

Sokker og undertøy har blitt en fast, men lite inspirert del av julehandelen. Hele **48 %** oppgir at de kjøper dette til jul – hvorav **9 % gjør det ofte**.

Det er en gavekategori preget av vaner og lav involvering, snarere enn gjennomtenkt omtanke. Menn og eldre aldersgrupper er mer tilbøyelige til å avstå fra denne gaveformen, mens yngre og kvinner i større grad handler jevnlig i denne kategorien.



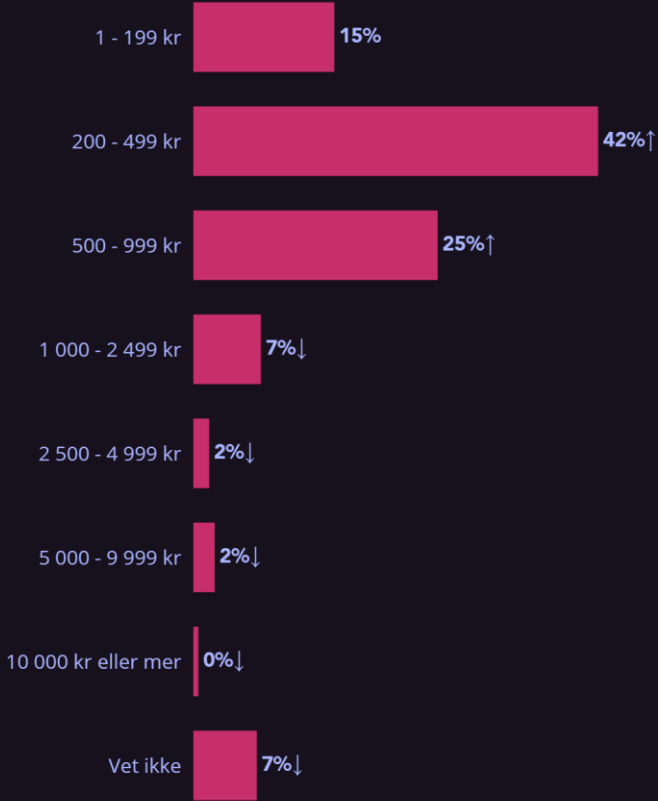
Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

# Nesten 1.4 milliarder kroner brukes på sokker og undertøy i julen – en stille budsjettvinner under norske juletrær.

Sokker og undertøy er kanskje ikke gaven som vekker størst begeistring – men den gis ofte, og i stort omfang. Hele **48 % av nordmenn** oppgir at de gir dette som julegave, og majoriteten bruker mellom **200 og 1 000 kroner per husstand**.

Det betyr at denne hverdagslige gavekategorien alene utgjør et juleforbruk på nesten **1.4 milliarder kroner** nasjonalt.

Tallene peker på en praksis preget av tradisjon, pragmatisme og lav risiko – men også lav refleksjon.



|                                               | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 500 - 999 kr | 1 000 - 2 499 kr | 2 500 - 4 999 kr | 5 000 - 9 999 kr | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|-----------------------------------------------|------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                                 | 15%        | 40%          | 26%          | 7%               | 2%               | 3%               | 1%                  | 5%       |
| Kjønn: - Kvinne                               | 14%        | 44%          | 25%          | 7%               | 2%               | 1%               | 0%                  | 8%       |
| Alder: - 25-34                                | 17%        | 50%↑         | 19%          | 6%               | 3%               | 2%               | 0%                  | 3%       |
| Alder: - 35-44                                | 12%        | 44%          | 27%          | 4%               | 2%               | 7%↑              | 2%↑                 | 2%↓      |
| Alder: - 65-74                                | 13%        | 48%          | 21%          | 3%               | 3%               | 0%               | 0%                  | 12%↑     |
| Fylke: - Akershus                             | 22%↑       | 42%          | 22%          | 7%               | 0%               | 0%               | 1%                  | 7%       |
| Fylke: - Buskerud                             | 7%         | 39%          | 29%          | 22%↑             | 2%               | 0%               | 0%                  | 0%       |
| Fylke: - Finnmark                             | 17%        | 17%          | 17%          | 33%↑             | 0%               | 0%               | 0%                  | 17%      |
| Fylke: - Nordland                             | 14%        | 44%          | 21%          | 2%               | 2%               | 2%               | 0%                  | 14%↑     |
| Fylke: - Oslo                                 | 8%         | 42%          | 19%          | 9%               | 3%               | 10%↑             | 0%                  | 8%       |
| Fylke: - Østfold                              | 13%        | 52%          | 25%          | 6%               | 2%               | 2%               | 0%                  | 0%↓      |
| Fylke: - Rogaland                             | 14%        | 37%          | 22%          | 8%               | 0%               | 2%               | 2%                  | 14%↑     |
| Fylke: - Troms                                | 27%        | 35%          | 23%          | 12%              | 0%               | 0%               | 4%↑                 | 0%       |
| Fylke: - Trøndelag                            | 15%        | 48%          | 30%          | 0%↓              | 2%               | 2%               | 0%                  | 5%       |
| Fylke: - Vestland                             | 16%        | 40%          | 37%↑         | 1%               | 1%               | 0%               | 0%                  | 4%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 300.000 - 499.999     | 21%↑       | 47%          | 19%          | 5%               | 0%               | 2%               | 0%                  | 6%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 500.000 - 799.999     | 19%        | 47%          | 22%          | 7%               | 2%               | 1%               | 0%                  | 2%↓      |
| Husstandsinntekt: - Kr. 1.000.000 - 1.499.999 | 9%         | 41%          | 33%↑         | 8%               | 0%               | 3%               | 2%↑                 | 4%       |
| Husstandsinntekt: - Over Kr. 1.500.000        | 9%         | 39%          | 19%          | 12%              | 4%↑              | 10%↑             | 1%                  | 4%       |

Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

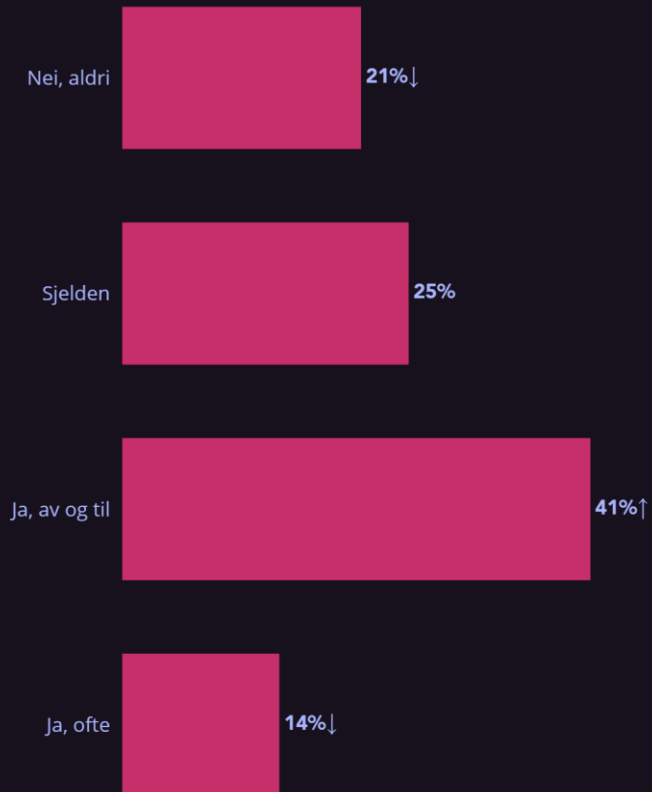
Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker på sokker og undertøy til julegaver per år? SUMMARY  
sample size = 703; total sample size = 1000; 95% confidence level

## Gavekortet er folkets favoritt – men fortsatt en gave uten retning

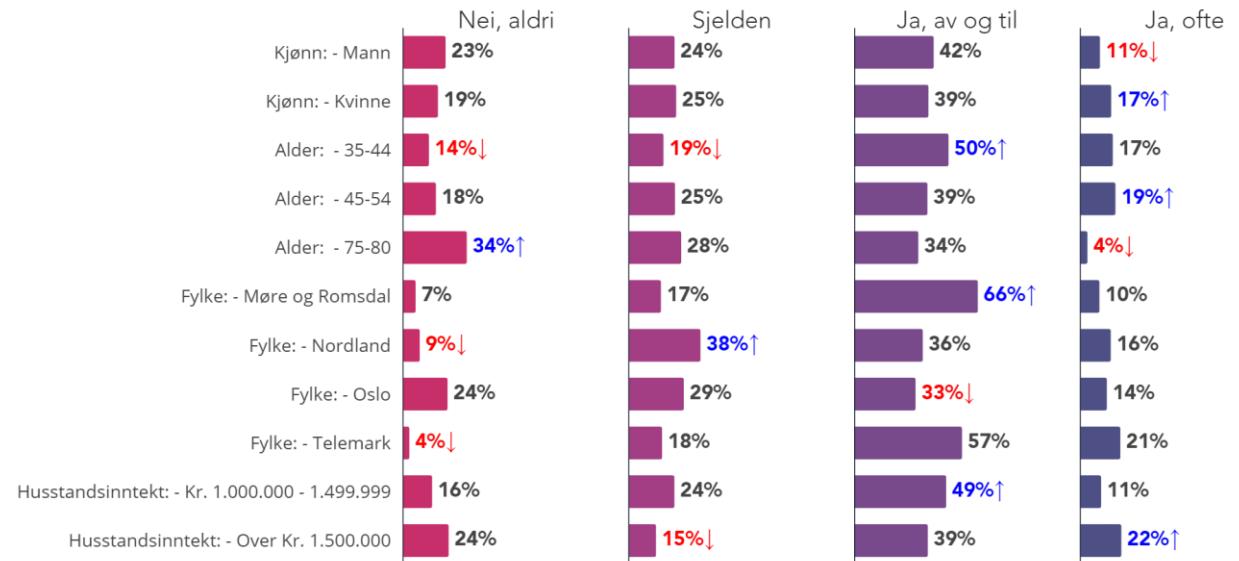
Gavekort er en utbredt julegavepraksis – men langt fra universell.

**41 % sier de kjøper gavekort av og til, mens 14 % oppgir at de gjør det ofte.** Samtidig sier en av fem (21 %) at de aldri gir gavekort, noe som bekrefter at formatet ikke treffer alle.

**Kvinneandelen er tydelig overrepresentert blant de som kjøper ofte (17 %), og husholdninger med høyere inntekt (kr 1,5 mill+) skiller seg ut med 22 % i denne gruppen.** Andelen «ofte-kjøpere» faller markant med økende alder, og særlig 75+ skiller seg ut: **Over én av tre oppgir at de aldri kjøper gavekort.**



Kjøper du/din husstand gavekort som julegaver? SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level



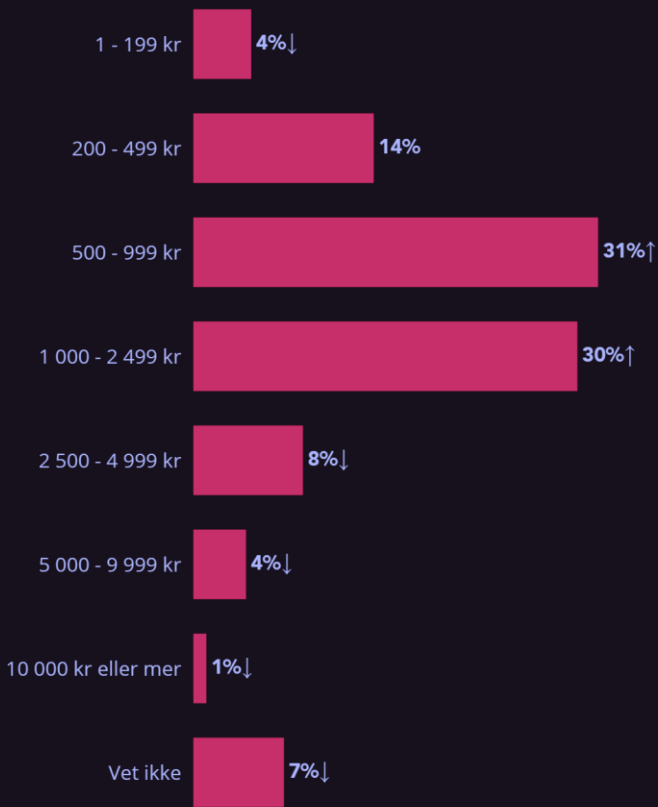
Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

# Nordmenn bruker 3 milliarder på gavekort – en gaveform som inviterer til alternativ tenkning

Gavekort er en av de største enkeltpostene i nordmenns julegavebudsjett. Analysen viser at:

- **61% av husholdningene** oppgir at de bruker mellom **500 og 2 500 kroner** årlig på gavekort
- Det tilsvarer **om lag 3.1 milliarder kroner totalt**, når vi legger husholdningsfordelingen til grunn

Mest brukt er gavekort i prissjiktet 500–999 kr (31 %) og 1 000–2 499 kr (30 %). Dette gjør gavekort til en både utbredt og betydelig budsjettpost.



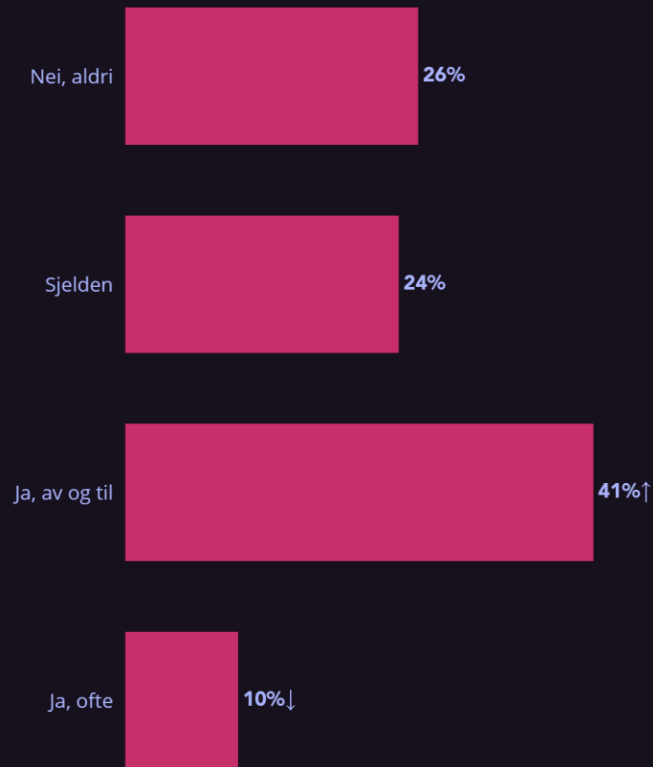
|                                               | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 500 - 999 kr | 1 000 - 2 499 kr | 2 500 - 4 999 kr | 5 000 - 9 999 kr | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|-----------------------------------------------|------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                                 | 5%         | 13%          | 31%          | 30%              | 9%               | 4%               | 2%                  | 6%       |
| Kjønn: - Kvinne                               | 4%         | 14%          | 32%          | 30%              | 8%               | 4%               | 0%                  | 8%       |
| Alder: - 25-34                                | 4%         | 21%          | 33%          | 30%              | 6%               | 2%               | 0%                  | 4%       |
| Alder: - 75-80                                | 0%         | 6%           | 30%          | 30%              | 9%               | 9%               | 6%                  | 9%       |
| Fylke: - Agder                                | 10%        | 10%          | 48%          | 17%              | 5%               | 5%               | 0%                  | 7%       |
| Fylke: - Finnmark                             | 0%         | 0%           | 14%          | 71%              | 0%               | 0%               | 0%                  | 14%      |
| Fylke: - Nordland                             | 2%         | 18%          | 28%          | 28%              | 8%               | 0%               | 0%                  | 16%      |
| Fylke: - Oslo                                 | 7%         | 13%          | 25%          | 30%              | 7%               | 11%              | 2%                  | 4%       |
| Husstandsinntekt: - Inntil Kr. 300.000        | 12%        | 24%          | 41%          | 10%              | 2%               | 5%               | 2%                  | 2%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 300.000 - 499.999     | 12%        | 18%          | 34%          | 23%              | 6%               | 1%               | 0%                  | 6%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 500.000 - 799.999     | 3%         | 12%          | 39%          | 32%              | 9%               | 2%               | 1%                  | 3%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 800.000 - 999.999     | 3%         | 10%          | 27%          | 30%              | 14%              | 5%               | 3%                  | 7%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 1.000.000 - 1.499.999 | 1%         | 13%          | 30%          | 38%              | 10%              | 5%               | 0%                  | 3%       |
| Husstandsinntekt: - Over Kr. 1.500.000        | 3%         | 10%          | 19%          | 39%              | 10%              | 15%              | 3%                  | 2%       |

## Matgaver er blant de vanligste – halvparten av husholdningene gir det minst av og til

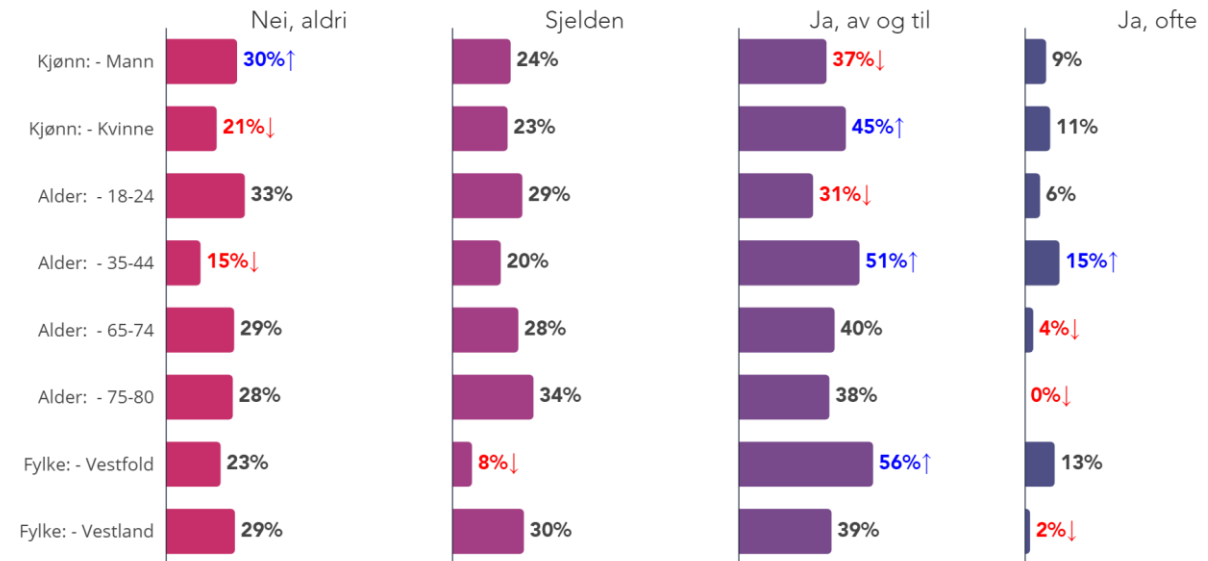
Matgaver som sjokolade, ost eller spekemat er blant de mest utbredte gaveformene i julen:

- 41 % kjøper matgaver "av og til"
- 10 % gjør det "ofte"

Totalt betyr det at **over halvparten av husholdningene** benytter matgaver som del av gavehandelen.



Kjøper du/din husstand mat-gaver som julegaver? (For eksempel pesto, spesialkaffe, ost-pakker, sjokolade osv.) SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level



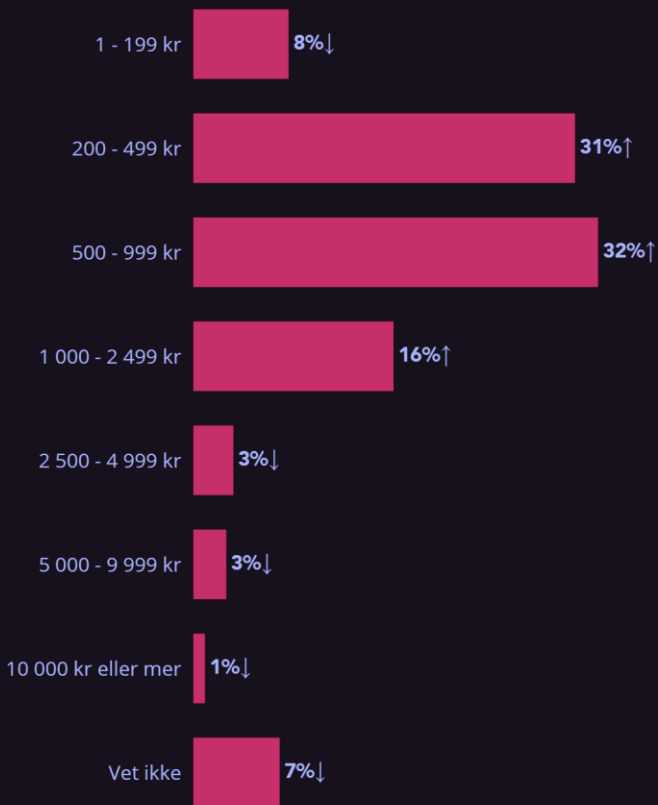
Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

# Matgaver utgjør over 2 milliarder i julehandel – selv om få bruker store beløp

De fleste som gir matgaver holder seg innen moderate beløp:

- **63 % oppgir å bruke under 500 kroner** per år
- Ytterligere **32 % bruker mellom 500 og 2 499 kroner**
- Kun **9 % overstiger 2 500 kroner**

Overført til den voksne befolkningen tilsvarer dette **over 2 milliarder kroner** brukt på matgaver til jul. Dette illustrerer hvor store summer som går til gaver mange ikke selv ville kjøpt – og som i liten grad dekker faktiske behov.



|                                               | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 1 000 - 2 499 | 2 500 - 4 999    | 5 000 - 9 999    | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|-----------------------------------------------|------------|--------------|---------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                                 | 7%         | 28%          | 16%           | 5% <sup>kr</sup> | 4% <sup>kr</sup> | 2% mer              | 6%       |
| Kjønn: - Kvinne                               | 8%         | 33%          | 16%           | 2%↓              | 1%↓              | 0%                  | 8%       |
| Alder: - 18-24                                | 14%↑       | 27%          | 14%           | 3%               | 3%               | 0%                  | 10%      |
| Alder: - 25-34                                | 9%         | 36%          | 12%           | 3%               | 2%               | 0%                  | 2%↓      |
| Alder: - 35-44                                | 5%         | 31%          | 16%           | 4%               | 6%↑              | 2%                  | 2%↓      |
| Alder: - 65-74                                | 3%         | 29%          | 15%           | 3%               | 1%               | 1%                  | 14%↑     |
| Alder: - 75-80                                | 11%        | 25%          | 19%           | 6%               | 0%               | 0%                  | 17%↑     |
| Fylke: - Akershus                             | 2%↓        | 34%          | 22%           | 1%               | 2%               | 0%                  | 8%       |
| Fylke: - Buskerud                             | 3%         | 24%          | 32%↑          | 0%               | 3%               | 0%                  | 3%       |
| Fylke: - Nordland                             | 7%         | 31%          | 20%           | 2%               | 0%               | 0%                  | 18%↑     |
| Fylke: - Oslo                                 | 8%         | 26%          | 13%           | 3%               | 8%↑              | 3%↑                 | 6%       |
| Fylke: - Vestfold                             | 5%         | 35%          | 11%           | 3%               | 8%↑              | 0%                  | 5%       |
| Fylke: - Vestland                             | 8%         | 45%↑         | 8%            | 5%               | 2%               | 0%                  | 2%       |
| Husstandsinntekt: - Inntil Kr. 300.000        | 21%↑       | 39%          | 12%           | 3%               | 3%               | 0%                  | 0%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 300.000 - 499.999     | 10%        | 42%↑         | 13%           | 4%               | 0%↓              | 0%                  | 6%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 1.000.000 - 1.499.999 | 4%         | 26%          | 21%           | 3%               | 5%               | 2%                  | 2%↓      |
| Husstandsinntekt: - Over Kr. 1.500.000        | 3%         | 23%          | 23%           | 5%               | 8%↑              | 6%↑                 | 5%       |

Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker på mat-gaver til julegaver per år?

SUMMARY

sample size = 700; total sample size = 1000; 95% confidence level

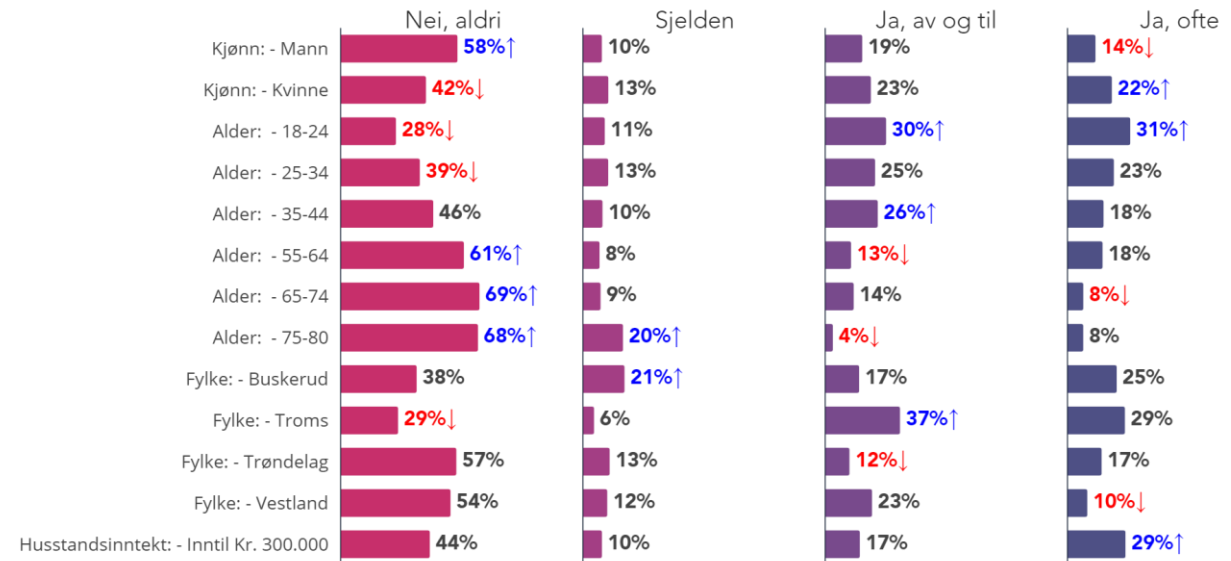
# 1 av 3 kjøper ofte julegaver til kjæledyr – og blant yngre er det nesten halvparten

Selv om dyrene ikke forstår at det er jul, får de likevel gaver:

**39 % av husholdningene** oppgir at de har kjøpt julegaver til kjæledyr – enten av og til (21 %) eller ofte (18 %).

Atferden er særlig utbredt blant:

- **Kvinner**, hvor hele 55 % gir gave til kjæledyr
- **Yngre aldersgrupper**, med opptil 61 % blant 18–24-åringer
- **Husholdninger i Troms og Trøndelag**, der andelen "ofte" ligger godt over landsgjennomsnittet



Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

Kjøper du/din husstand julegaver til dyr (kjæledyr)? SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level

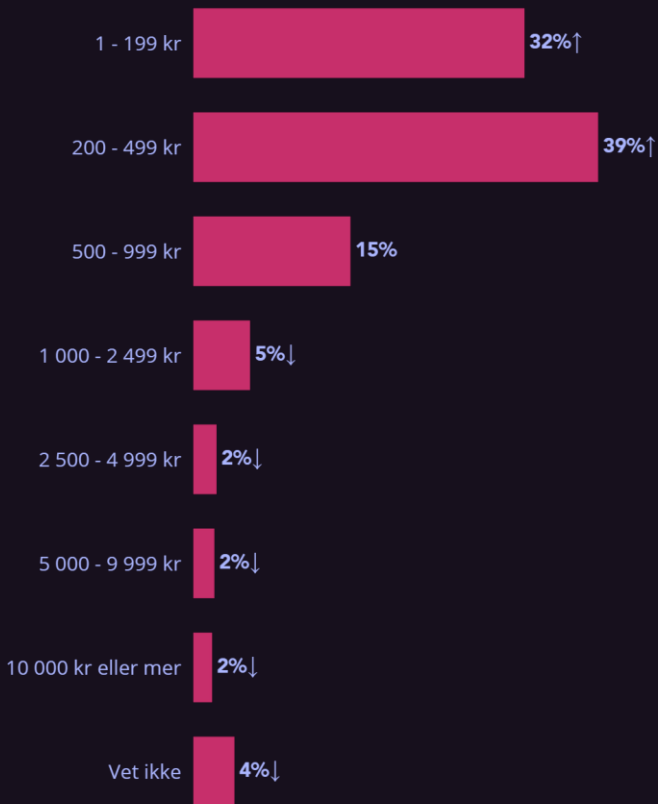
# Julegaver til kjæledyr utgjør over 900 millioner kroner i gavehandelen

Mange nordmenn setter av betydelige beløp til firbente familiemedlemmer i julen.

Blant de som kjøper julegaver til kjæledyr, bruker:

- 39 % mellom 200 og 499 kr
- 32 % mellom 1 og 199 kr
- 15 % mellom 500 og 999 kr

Basert på befolkningsdata tilsvarer dette **over 900 millioner kroner i samlet årlig gaveforbruk** til kjæledyr – penger som i prinsippet kunne vært kanalisert til formål med større humanitær betydning.



|                                               | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 500 - 999 kr | 1 000 - 2 499 kr | 2 500 - 4 999 kr | 5 000 - 9 999 kr | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|-----------------------------------------------|------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                                 | 26%↓       | 36%          | 17%          | 8%↑              | 3%kr             | 4%kr             | 4%↑mer              | 4%       |
| Kjønn: - Kvinne                               | 36%↑       | 41%          | 14%          | 3%↓              | 1%               | 1%↓              | 0%↓                 | 4%       |
| Alder: - 18-24                                | 18%↓       | 35%          | 24%↑         | 6%               | 8%↑              | 1%               | 4%                  | 4%       |
| Alder: - 25-34                                | 21%↓       | 49%↑         | 21%↑         | 8%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 2%       |
| Alder: - 35-44                                | 33%        | 35%          | 10%          | 5%               | 1%               | 8%↑              | 4%↑                 | 3%       |
| Alder: - 55-64                                | 45%↑       | 35%          | 15%          | 2%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 3%       |
| Fylke: - Finnmark                             | 33%        | 33%          | 0%           | 0%               | 0%               | 0%               | 0%                  | 33%↑     |
| Fylke: - Oslo                                 | 18%↓       | 36%          | 15%          | 8%               | 3%               | 11%↑             | 3%                  | 5%       |
| Fylke: - Østfold                              | 46%↑       | 32%          | 19%          | 0%               | 3%               | 0%               | 0%                  | 0%       |
| Husstandsinnpekt: - Kr. 500.000 - 799.999     | 32%        | 34%          | 21%↑         | 8%               | 3%               | 1%               | 2%                  | 0%↓      |
| Husstandsinnpekt: - Kr. 1.000.000 - 1.499.999 | 28%        | 39%          | 20%          | 3%               | 1%               | 5%↑              | 3%                  | 1%       |
| Husstandsinnpekt: - Over Kr. 1.500.000        | 27%        | 40%          | 13%          | 7%               | 0%               | 9%↑              | 4%                  | 0%       |

Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker på julegaver til dyr per år?  
SUMMARY  
sample size = 469; total sample size = 1000; 95% confidence level

# Konfekt er en utbredt julegave – hver tredje husholdning kjøper

Til tross for at konfekt ofte regnes som en «sikker» gave, er det langt fra alle som kjøper det:

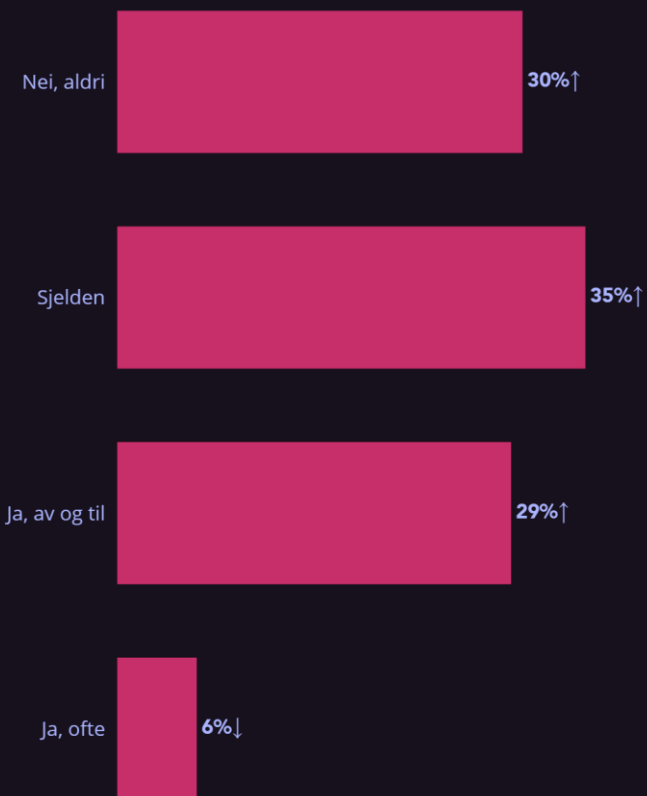
**39 % av husholdningene** oppgir at de ofte kjøper konfekt til jul – **21 % av og til, 18 % ofte**

Halvparten svarer at de **aldri** kjøper det

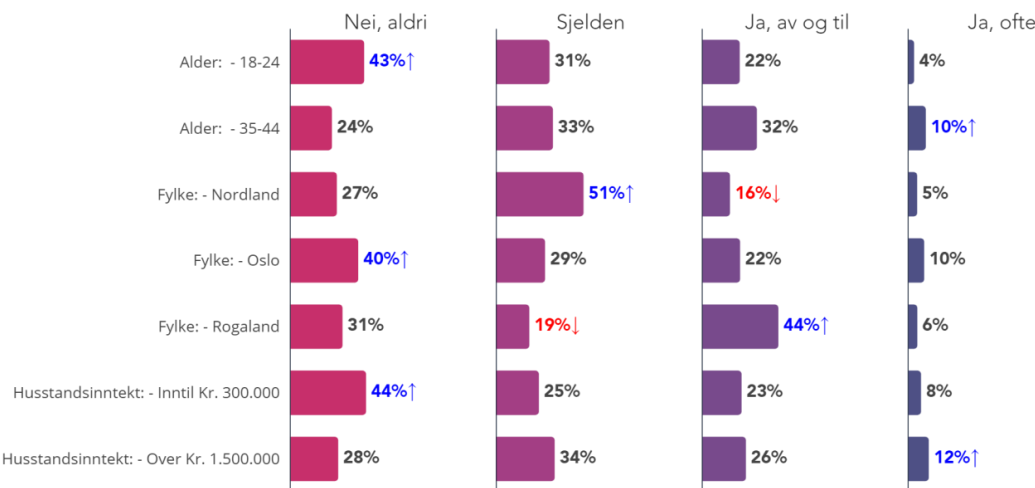
Giveren er særlig ofte:

- **Kvinner**, der 55 % oppgir å kjøpe
- **Yngre voksne** i alderen 18–24 år
- Husholdninger med lavere inntekt – særlig dem med under 300 000 kr

Konfekt er en typisk «standardgave» med bred appell, men samtidig lav personlig verdi. Nettopp derfor kan denne kategorien være særlig moden for utskifting med meningsfulle, alternative julegaver.



Kjøper du/din husstand konfekt som julegaver? SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level



Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

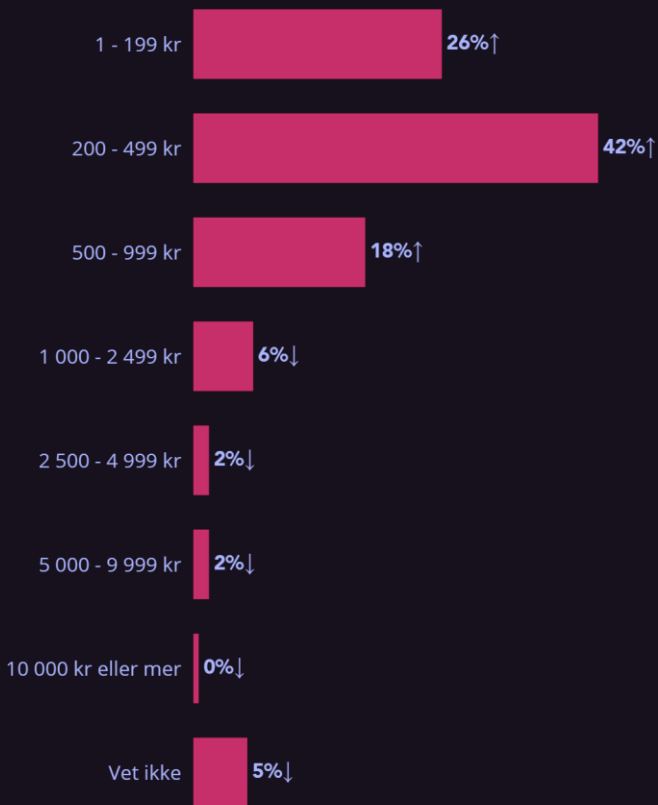
# Konfekt til jul: Over 1,1 milliarder kroner brukes hvert år

Konfekt er en av de mest populære gavekategoriene – og det gjenspeiles i pengebruken:

- **39 % av husholdningene** oppgir at de kjøper konfekt som julegave
- Blant disse er **gjennomsnittlig gavebeløp 447 kroner per husholdning**

Dette innebærer at det **til sammen brukes over 1,1 milliarder kroner** på konfekt til jul hvert år i Norge.

Størstedelen handler for mellom 200 og 500 kroner, men det finnes også segmenter som bruker betydelig mer – spesielt kvinner og husholdninger med barn.



Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker på konfekt til julegaver per år?

SUMMARY

sample size = 657; total sample size = 1000; 95% confidence level

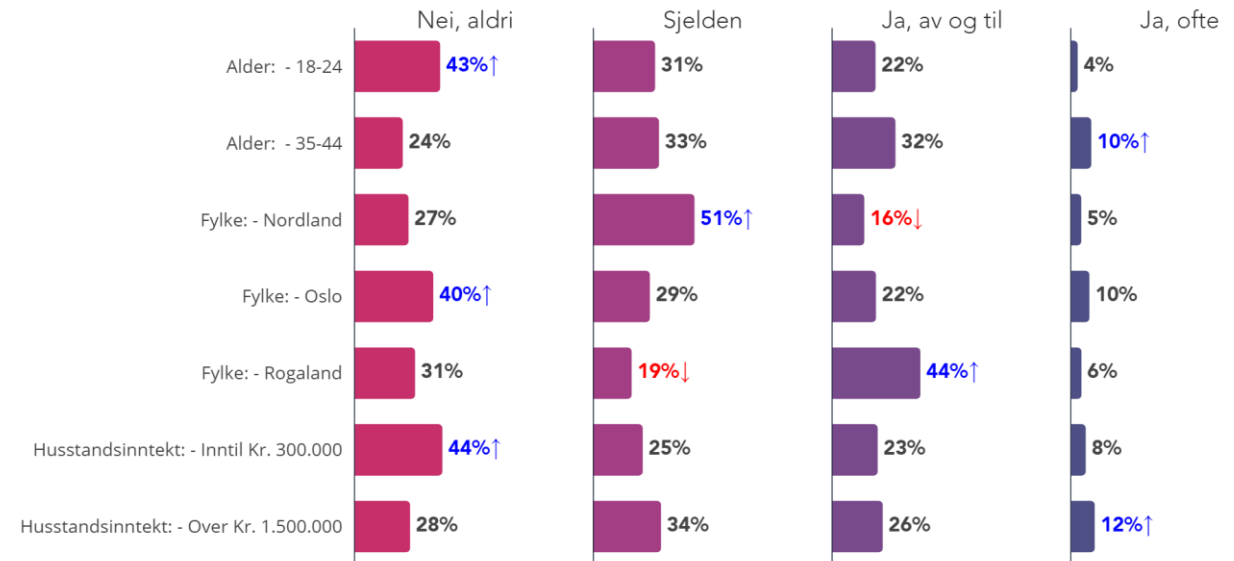
|                                           | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 500 - 999 kr | 1 000 - 2 499 kr | 2 500 - 4 999 kr | 5 000 - 9 999 kr | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|-------------------------------------------|------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                             | 22%↓       | 42%          | 18%          | 8%               | 2%               | 2%               | 1%                  | 5%       |
| Kjønn: - Kvinne                           | 29%↑       | 41%          | 17%          | 5%               | 1%               | 1%               | 0%                  | 6%       |
| Alder: - 18-24                            | 18%        | 32%          | 24%          | 13%↑             | 5%↑              | 0%               | 0%                  | 8%       |
| Alder: - 35-44                            | 24%        | 42%          | 15%          | 5%               | 2%               | 5%↑              | 2%↑                 | 3%       |
| Alder: - 45-54                            | 21%        | 41%          | 24%↑         | 3%               | 1%               | 2%               | 0%                  | 8%       |
| Fylke: - Oslo                             | 20%        | 29%↓         | 18%          | 13%↑             | 7%↑              | 8%↑              | 0%                  | 5%       |
| Fylke: - Vestfold                         | 34%        | 31%          | 23%          | 6%               | 3%               | 0%               | 3%↑                 | 0%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 300.000 - 499.999 | 31%        | 49%          | 10%↓         | 5%               | 3%               | 0%               | 0%                  | 2%       |
| Husstandsinntekt: - Kr. 500.000 - 799.999 | 28%        | 44%          | 22%          | 5%               | 0%               | 1%               | 0%                  | 1%↓      |
| Husstandsinntekt: - Over Kr. 1.500.000    | 20%        | 27%↓         | 25%          | 5%               | 3%               | 8%↑              | 3%↑                 | 7%       |

Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

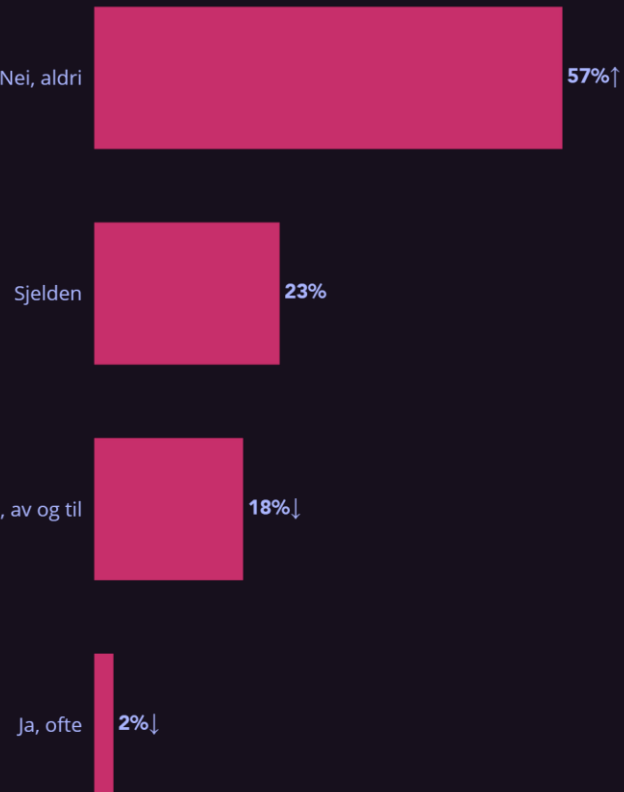
## Te er en smal gavekategori – men med enkelte tydelige målgrupper

Hele **57 %** av husholdningene oppgir at de **aldri kjøper te som julegave**, og kategorien fremstår dermed som relativt smal. Samtidig finnes det tydelige delsegmenter som skiller seg ut:

- **Høyinntektsusholdninger (over 1,5 mill.)** er klart overrepresentert blant de som kjøper te ofte (12 %)
- **Aldersgruppen 35–44 år** har høyest andel "av og til"-kjøpere (32 %)
- **Rogaland og Nordland** utmerker seg, med henholdsvis lavest og høyest andel "sjelden"-kjøpere



Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen



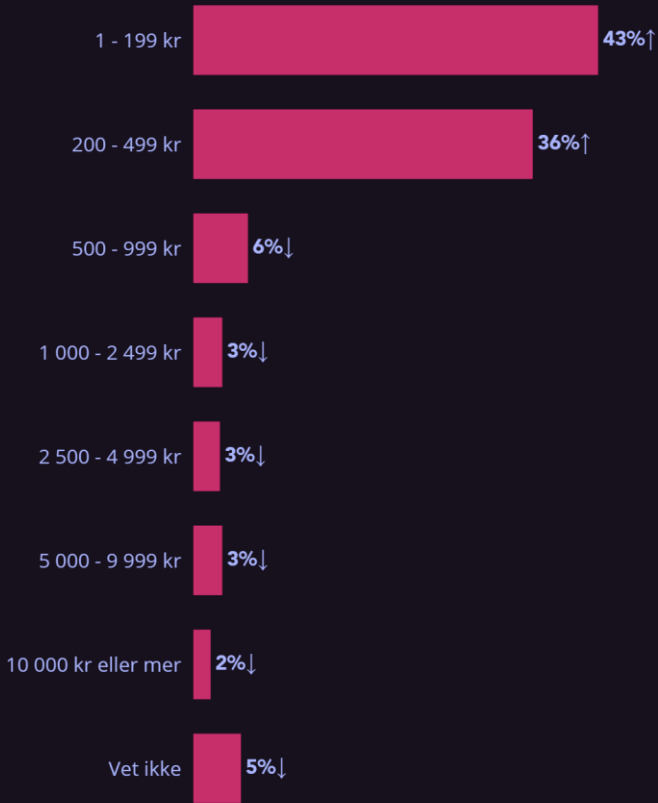
Kjøper du/din husstand te som julegaver? SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level

# 4 av 5 bruker under 500 kroner på te-gaver til jul, men totalt gis det bort te for over 850 millioner

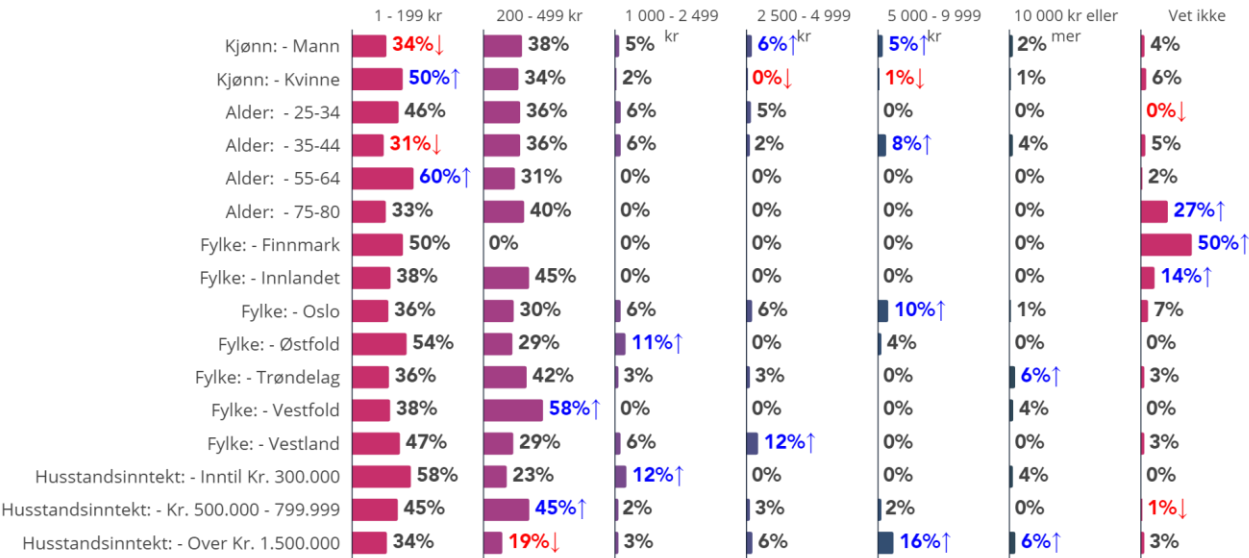
Blant dem som kjøper te som julegave, bruker **79 % under 500 kroner i året** – og hele **43 % oppgir at de bruker under 200 kroner**. Kategorien fremstår dermed som lavinteresse og lavbudsjettsdrevet.

Samtidig er det enkelte demografier som stikker seg ut:

- **Kvinner** bruker gjennomgående mer enn menn – halvparten havner i laveste utgiftskategori, men dobbelt så mange kvinner som menn er blant dem som bruker over 500 kroner
- **Lavinntektshusholdninger** er sterkt overrepresentert blant de med lav pengebruk



Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker på te til julegaver per år?  
SUMMARY  
sample size = 403; total sample size = 1000; 95% confidence level



Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

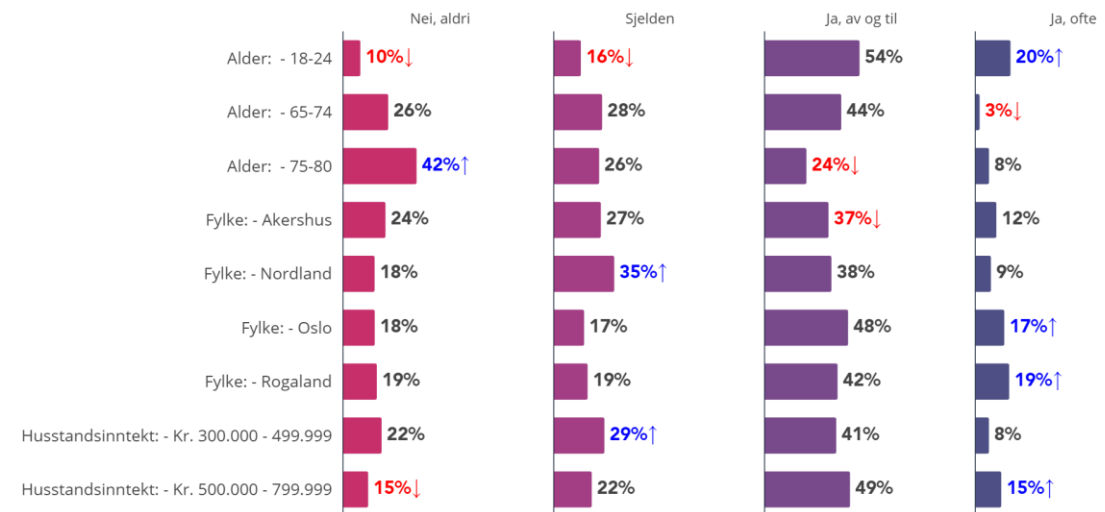
# Hver andre husholdning gir bort parfyme – men nesten ingen gjør det ofte

57 % av husholdningene oppgir at de kjøper parfyme, bodylotion eller lignende som julegave – men kun 11 % gjør det ofte, og nesten halvparten svarer «av og til».

Dette tyder på at kategorien i stor grad er situasjons- og personavhengig, snarere enn en fast gavepraksis.

Det er særlig noen mønstre som skiller seg ut:

- **Yngre husholdninger** har høyere andel kjøpere enn eldre, men lavere andel «hyppige» kjøpere
- **Kvinner** er klart overrepresentert blant dem som handler ofte (20 %, vs. 11 % i befolkningen totalt)
- **Oslo og Rogaland** har også uvanlig høy andel som kjøper ofte



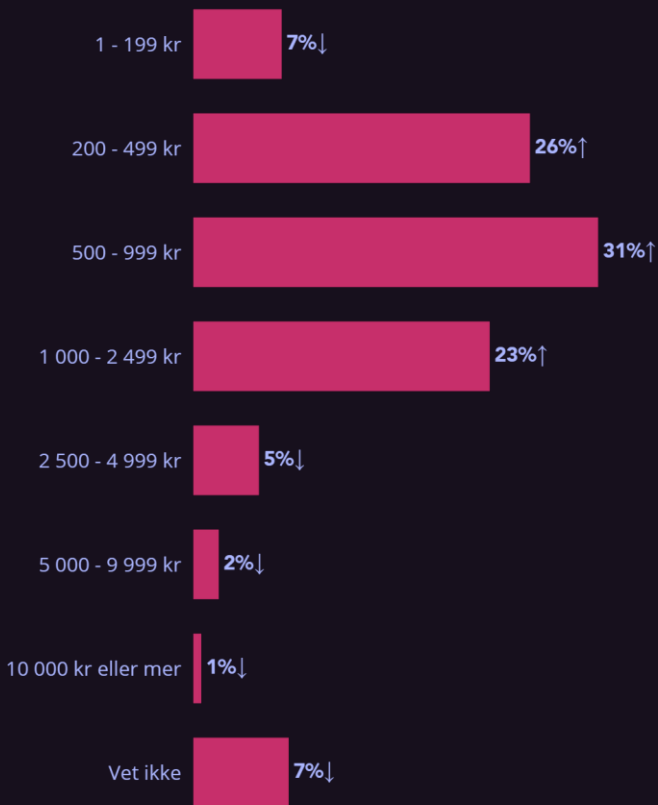
Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

Kjøper du/din husstand gavepakker med parfyme, body lotion og lignende som julegaver? SUMMARY  
sample size = 940; total sample size = 1000; 95% confidence level

# Parfyme til jul: Over 2.5 milliarder kroner brukes hvert år på parfyme og bodylotion

Over halvparten av norske husholdninger kjøper gavepakker med parfyme, bodylotion og lignende – og summene er betydelige. Det anslås at det totalt brukes **over 2.5 milliarder kroner** årlig i denne kategorien alene.

- **57 % av husholdningene** oppgir at de kjøper slike gaver
- Blant kjøperne ligger **gjennomsnittsbetøpet på rundt 1 200 kroner**
- Kvinner og husholdninger med middels til høy inntekt står bak den største andelen av pengebruken



|                                              | 1 - 199 kr | 200 - 499 kr | 1 000 - 2 499 kr | 2 500 - 4 999 kr | 5 000 - 9 999 kr | 10 000 kr eller mer | Vet ikke |
|----------------------------------------------|------------|--------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|----------|
| Kjønn: - Mann                                | 6%         | 19%↓         | 25%              | 6%               | 3%↓              | 1%                  | 7%       |
| Kjønn: - Kvinne                              | 7%         | 31%↑         | 20%              | 4%               | 1%↓              | 0%                  | 8%       |
| Alder: - 18-24                               | 3%         | 16%↓         | 33%↑             | 9%↑              | 0%               | 1%                  | 6%       |
| Alder: - 35-44                               | 6%         | 24%          | 24%              | 2%               | 6%↑              | 2%↑                 | 3%↓      |
| Alder: - 65-74                               | 8%         | 28%          | 16%              | 2%               | 1%               | 0%                  | 16%↑     |
| Alder: - 75-80                               | 3%         | 28%          | 21%              | 0%               | 0%               | 0%                  | 21%↑     |
| Fylke: - Nordland                            | 11%        | 31%          | 11%              | 9%               | 0%               | 0%                  | 16%↑     |
| Fylke: - Oslo                                | 3%         | 19%          | 30%↑             | 7%               | 6%↑              | 1%                  | 7%       |
| Fylke: - Østfold                             | 7%         | 36%          | 9%↓              | 13%↑             | 2%               | 0%                  | 4%       |
| Fylke: - Troms                               | 19%↑       | 26%          | 30%              | 0%               | 4%               | 0%                  | 0%       |
| Fylke: - Vestland                            | 4%         | 33%          | 31%              | 3%               | 1%               | 0%                  | 1%↓      |
| Husstandsinnækt: - Kr. 300.000 - 499.999     | 9%         | 34%↑         | 17%              | 4%               | 0%               | 0%                  | 9%       |
| Husstandsinnækt: - Kr. 500.000 - 799.999     | 8%         | 26%          | 20%              | 8%↑              | 1%               | 0%                  | 3%↓      |
| Husstandsinnækt: - Kr. 800.000 - 999.999     | 2%         | 30%          | 34%↑             | 2%               | 1%               | 0%                  | 5%       |
| Husstandsinnækt: - Kr. 1.000.000 - 1.499.999 | 6%         | 21%          | 23%              | 5%               | 6%↑              | 0%                  | 2%↓      |
| Husstandsinnækt: - Over Kr. 1.500.000        | 3%         | 19%          | 31%              | 9%               | 6%↑              | 4%↑                 | 6%       |

Hvor mye anslår du at du/din husstand bruker på parfyme og kosmetikk-gaver til julegaver per år? SUMMARY  
sample size = 751; total sample size = 1000; 95% confidence level

Kun demografiske eller geografiske variabler som har signifikante forskjeller er inkludert i tabellen

# Konklusjon



# Executive Summary

**Nordmenn bruker over 35 milliarder kroner på julegaver, og store deler av dette går til produkter med lav opplevd verdi – som duftlys, gavekort, konfekt og pyntegjenstander.**

Undersøkelsen viser at det eksisterer et tydelig verdiparadoks: De fleste sier de ønsker å gi mer meningsfulle gaver, men ender likevel med å kjøpe det samme som alltid.

Kun 14 % har noen gang gitt en veldedig gave i julen – samtidig sier 4 av 10 at de kunne tenke seg å gjøre det. Flyktninghjelpen har høy kjennskap og sterk tillit i befolkningen, og fremstår som en av de mest relevante aktørene for å eie posisjonen som “gaven med mening”.

## Hovedfunn:

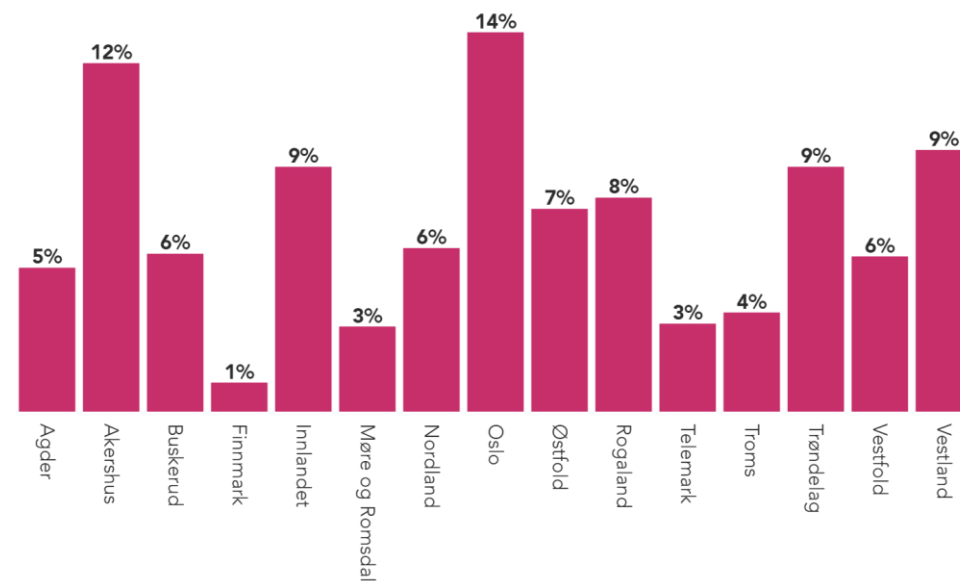
- 7 av 10 nordmenn oppgir at mange julegaver de gir “mangler mening”
- 8 av 10 nordmenn handler fra kategorier som konfekt, pynt og gavekort – ofte uten høy mottakerverdi
- Bare 14 % har gitt en veldedig julegave tidligere, men 40 % sier de kunne tenke seg å gjøre det
- Flyktninghjelpen er et kjent navn blant folk, men de færreste greier å fylle navnet med innhold og mening

# Menneskene i undersøkelsen



## Svarene er representativt fordelt på landets fylker

Vi har dermed noen flere svar i Oslo og Akershus, samt andre fylker med store byer, kontra fylker med lavere befolkning. Dette representerer landet godt og bidrar til å sikre at vi får et korrekt bilde av markedet.

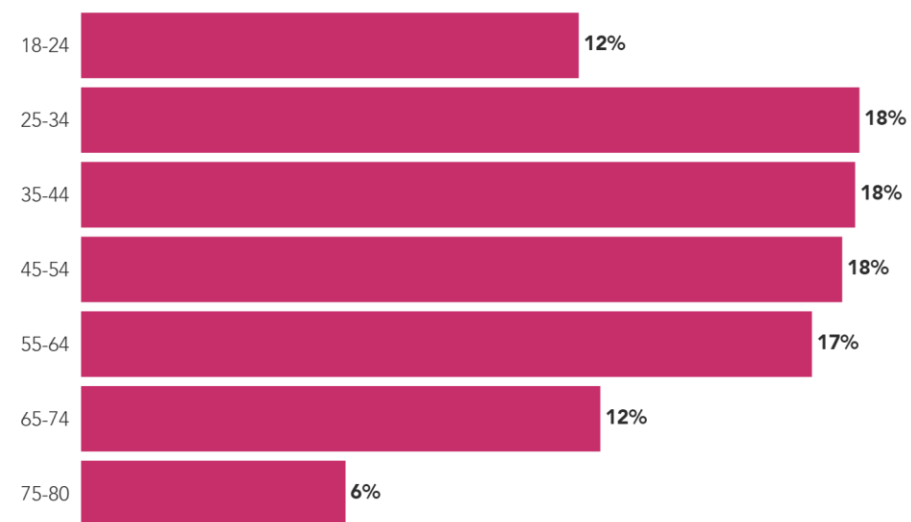


Fylke: SUMMARY  
sample size = 1000; 95% confidence level



## Vi har en god fordeling på respondenter i alderen 18+

Dette reflekterer den ønskede målgruppen vår, og gir oss samtidig et godt representativt grunnlag som belyser funnene fra ulike ståsteder og livsfaser. Den totale målgruppen vår omfatter ca 4 200 000 mennesker, og 2.4 mil

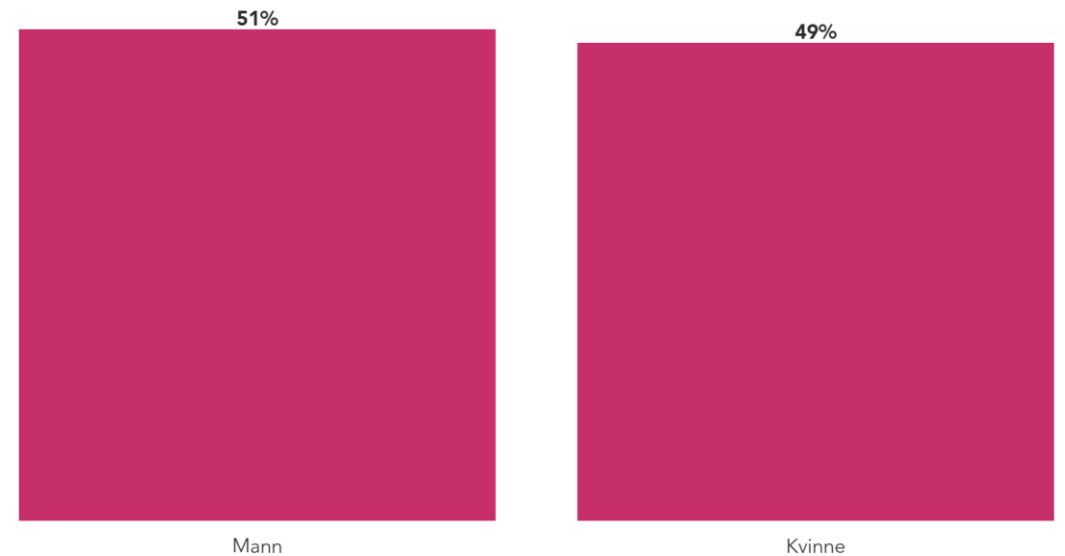


Alder: 2 SUMMARY  
sample size = 1000; 95% confidence level



## Like mange menn og kvinner har besvart

Dette speiler også populasjonen godt, og underbygger at vi har et demografisk representativt utvalg på tvers av de fylkene vi kartlegger som vil bidra til å gi oss reliable resultater.

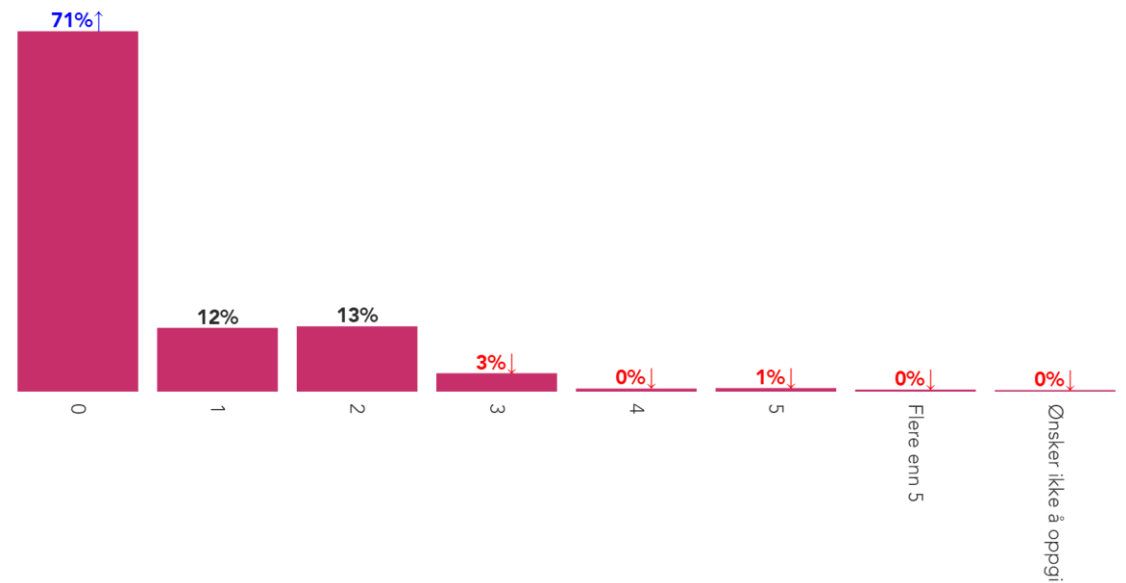


Kjønn: SUMMARY  
sample size = 1000; 95% confidence level



## Antallet som har barn er i tråd med hva befolkningstall fra SSB sier

Mens syv av ti ikke har hjemmeboende barn, er det omtrent enn fjerde som sier de har enten ett til to barn under 18 år boende hjemme.



Hvor mange barn under 18 år bor det i din husstand? SUMMARY  
sample size = 1000; 95% confidence level



# ANALYSE SJEFENE

[anders@analysesjefene.no](mailto:anders@analysesjefene.no)

