



Från fynd till förvirring – konsumenternas syn på reor

Marknadsundersökning

2025-11-11

Rapportförfattare:
Gabriel Södersten
Amanda Norberg

Innehåll

1	Sammanfattning.....	3
2	Fejkreor – en djungel för konsumenterna.....	4
3	Digital enkät om prisinformation	5
4	Resultat av enkäten	6
4.1	Vad tror du att det överstrukna priset betyder?	7
4.2	Vid rea måste butiker enligt lag ange varans lägsta pris de senaste 30 dagarna. Kände du till detta?	8
4.3	Vilka alternativ tror du visar varans lägsta pris de senaste 30 dagarna?	9
4.4	Konsumenter känner sig vilseledda	12
5	Förvirring och lågt förtroende för rea	14
5.1	Förvirring kring nedsatta priser	14
5.2	Lågt förtroende för reor.....	16
5.3	Slutsatser	16

1 Sammanfattning

Rapporten undersöker hur konsumenter förstår prisinformation vid reor och i vilken utsträckning dagens sätt att visa nedsatta priser upplevs som tydliga. Bakgrunden är lagändringen år 2022 som kräver att butiker visar varans lägsta pris under de senaste 30 dagarna för att motverka vilseledande prissättning och så kallade fejkreor.

Trots tydliga regler och vägledning från Konsumentverket visar resultaten att många konsumenter fortfarande har svårt att tolka prisuppgifterna och att förtroendet för reor är lågt. Undersökningen bygger på en digital enkät med 505 svar från hela landet, insamlade via den kommunala konsumentrådgivningen i Jönköpings kommun, Malmö stad och Göteborgs stad samt Sveriges Konsumenters panel. Resultaten visar att endast en liten andel känner till att det överstrukna priset ska motsvara varans lägsta pris de senaste 30 dagarna. Många tolkar det istället som ordinarie eller tidigare pris, och endast hälften känner till lagens krav. Nästan varannan person uppger att de någon gång känt sig vilseledd vid rea, och bara nio procent har stort förtroende för reor.

Prisinformationslagens syfte är att främja god prisinformation till konsumenter. I lagen står också att prisinformation ska anges tydligt. Mot bakgrund av undersökningens resultat kan det ifrågasättas om detta uppfylls idag.

Rapporten pekar därför på behovet av tydligare riktlinjer, enhetliga formuleringar och informationsinsatser för att göra prisinformationen mer begriplig och stärka konsumenternas förtroende.

2 Fejkreor – en djungel för konsumenterna

När en butik har rea ska den visa vilket som varit varans lägsta pris under de senaste 30 dagarna. Regeln infördes 2022 för att göra prisinformationen mer tydlig för konsumenter och för att motverka så kallade fejkreor, där butiker höjer priset före en rea så att rabatten ser större ut än den egentligen är. Ändringen gjordes efter en omfattande diskussion både i Sverige och inom EU kring att många reor ofta gav en felaktig bild av prisnedsättningen och framstod som vilseledande.

Trots tydliga regler i prisinformationslagen och vägledning från Konsumentverket finns det fortfarande osäkerhet kring hur konsumenterna uppfattar prisinformationen.

Prisinformationslagens syfte är att främja god prisinformation till konsumenter. Att förstå den information som ges är centralt för att kunna fatta väl avvägda beslut inför ett eventuellt köp. Prisinformationen ska också enligt lagen vara korrekt och tydlig.

I förarbetena till prisinformationslagen och i EU:s vägledning kring reglerna framgår att en prissänkning kan anges exempelvis genom ett nytt (lägre) pris tillsammans med en överstruken prisuppgift om det tidigare (högre) priset.¹ I lagen finns inga regler om hur varans lägsta pris de senaste 30 dagarna får anges, men enligt Konsumentverkets vägledning kring prisinformation får det tidigare lägsta priset anges som ett överstruket pris eller ett pris inom parentes i anslutning till det nedsatta priset.²

Under konsumentrådgivningens marknadsundersökning under Black Week 2024 konstaterades att cirka 65 procent av butikerna inte följde regelverket kring hur priset ska anges.³ I den undersökningen räknades

¹ Prop. 2021/22:174 s. 153, [Kommissionens tillkännagivande – Vägledning om tolkning och tillämpning av artikel 6a i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenter](#) s. 132

² Konsumentverket: [Vägledning prisinformation 2024](#)

³ Konsumentrådgivningen i Göteborgs stad: [Marknadsundersökning: Prisinformation vid rea 2024](#)

ett överstruket pris eller ett pris inom parentes som ett godkänt sätt att visa det tidigare lägsta priset, i enlighet med Konsumentverkets vägledning. Samtidigt ifrågasatte kommunala konsumentrådgivare som utförde undersökningen om dessa sätt verkligen kunde räknas som tydliga sätt att visa prisinformation på.

Hur konsumenterna själva faktiskt tolkar prisinformationen vid rea har dock inte undersökts. Mot denna bakgrund är syftet med den här undersökningen att ta reda på hur väl konsumenter förstår prisinformationen vid rea. Undersökningen belyser

- hur konsumenter uppfattar olika sätt att visa pris vid reor,
- i vilken utsträckning konsumenter känner till att butiker är skyldiga att visa varans lägsta pris under de senaste 30 dagarna,
- hur konsumenternas förtroende för reor ser ut, och
- om dagens sätt att ange varans tidigare lägsta pris bidrar till tydlighet för konsumenter.

3 Digital enkät om prisinformation

Undersökningen är gjord som en digital enkätundersökning med två bakgrundsfrågor om den svarande och sex frågor om den svarandes uppfattning av rea och prisinformationen vid rea. Innan enkäten lanserades hade den testats på ett antal personer och justerats något utifrån synpunkter på frågornas formulering och liknande. Enkäten bestod i huvudsak av flervalsfrågor men några frågor besvarades med fritextsvar. Den svarande har fått se en fråga i taget eftersom vissa senare frågor kan påverka svaret på en tidigare fråga. Först när fråga 1 hade besvarats fick den svarande se fråga 2.

Frågeordningen i undersökningen kan ändå ha påverkat svaren. En av de första frågorna nämnde att det finns en lag om att visa lägsta pris de senaste 30 dagarna. Det kan ha gjort att vissa svarade annorlunda senare i

undersökningen. Resultatet hade kanske sett annorlunda ut om frågorna ställts i en annan ordning.

Svar har samlats in av konsumentrådgivningarna i Göteborgs stad, Jönköpings kommun och Malmö stad samt genom Sveriges konsumenters konsumentpanel. Insamlingen har skett på flera olika sätt:

- Genom ett digitalt utskick av enkäten till konsumentpanelen hos Sveriges konsumenter.
- Genom att konsumentrådgivningarna har samlat in svar från dem som sökt konsumentrådgivning. Det har skett genom scanning av QR-kod på plats under besök, genom sms efter telefonsamtal till rådgivningen och genom information om undersökningen i mailsvar.
- Genom att be folk på stan att svara på enkäten via QR-kod.
- Genom länk till undersökningen på verksamhetens hemsida.

Det är inte säkerställt att urvalet är statistiskt representativt och det har inte funnits någon sådan ambition i denna studie. Eftersom undersökningen omfattar ett stort antal svar går det dock ändå att dra tillförlitliga slutsatser utifrån resultatet.

4 Resultat av enkäten

Enkäten i sin helhet finns presenterad i bilaga 1. Enkäten inleddes med två bakgrundsfrågor om boendekommun samt ålder. Totalt har 505 personer svarat på enkäten. De svarande har spridda åldrar och genomsnittsåldern är 44,8 år. De svarande bor i 77 svenska kommuner, där en stor majoritet bor i Göteborg, Jönköping eller Malmö.

4.1 Vad tror du att det överstrukna priset betyder?

I den första frågan visades en bild på en reaskylt där de svarande skulle svara på vad de tror att det överstrukna priset betyder. Frågan var ställd som en fritextfråga där de svarande själva fick formulera vad de trodde att det överstrukna priset står för, se bilden nedanför. Konsumentverkets vägledning får det tidigare lägsta priset anges som ett överstruket pris även om det inte förklaras vad det överstrukna priset är för pris. Frågan undersöker hur konsumenterna förstår vad det överstrukna priset står för.



Bild 1

Eftersom det rör sig om ett fritextsvar var det stora variationer i svaren, men det går att se vissa tendenser. Vi har samlat ihop svar som inte är exakt likadana, men där innebörden är densamma.

Fyra svarande har uppgett att det överstrukna priset står för det lägsta priset de senaste 30 dagarna, en av dem med tillägget ”förhoppningsvis”. Ytterligare en har svarat ”tidigare lägsta pris” utan att specificera 30 dagar. Totalt motsvarar detta en procent av de svarande.

De flesta har svarat att det överstrukna priset betyder ordinarie pris (36 procent) eller tidigare pris (23 procent). Ytterligare en stor andel har svarat varianter av dessa som tyder på att det rör sig om priset innan rea, det gamla priset eller det ursprungliga priset och så vidare. Sammantaget framträder en bild av att konsumenter i regel tänker sig att det

överstrukna priset indikerar att det rör sig om någon form av pris som gällt innan rean äger rum.

Vad de svarande menar med exempelvis ”tidigare pris” går inte att fastställa utifrån befintligt underlag. För en konsument att själv formulera att det överstrukna priset motsvarar varans lägsta pris de senaste 30 dagarna är möjligen ett högt ställt krav även för den som känner till regeln. Bland de som svarat ”tidigare pris” kan finnas de som menat ”det tidigare lägsta priset” eller ”det lägsta priset de senaste 30 dagarna”. Det kan också finnas de som med ”tidigare pris” menat priset precis innan prissänkningen, men även att det rör sig om ett så kallat ”ordinarie pris” på varan. Innebörden av dessa alternativ är ganska olika och avgörande för om informationen på prislappen ska ses som korrekt eller inte.

4.2 Vid rea måste butiker enligt lag ange varans lägsta pris de senaste 30 dagarna. Kände du till detta?

På frågan om de svarande kände till att butiker vid rea måste ange varans lägsta pris de senaste 30 dagarna svarade ungefär hälften ja (52 procent) och knappt hälften svarade nej (48 procent). Det är svårt att säga om detta visar att det finns en god allmän kunskap om den aktuella lagen.

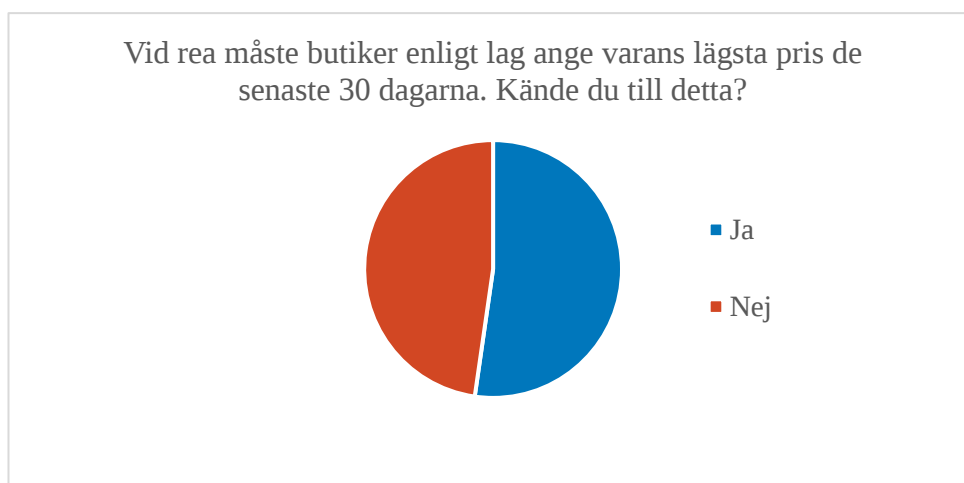


Bild 2

4.3 Vilka alternativ tror du visar varans lägsta pris de senaste 30 dagarna?

De svarande fick sedan se sju olika bilder med en prislapp som angav att det var rea. Det nya, nedsatta priset var 49:90 på samtliga. Ett av alternativen hade inget pris att jämföra reapriset med. Övriga sex alternativ jämförde reapriset med 79:90 och vad 79:90 stod för presenterades på olika sätt i dessa alternativ: inom parentes, som "ordinarie pris", överstruket, som "tidigare lägsta pris", som "30-dagarspris" och som "rekommenderat pris".

Här kunde den svarande välja flera alternativ.

Alternativ 1



Alternativ 2



Alternativ 3



Alternativ 4



Alternativ 5



Alternativ 6



Alternativ 7



Eftersom det var möjligt att välja flera alternativ redovisas hur stor andel av de 505 svarande som valt varje alternativ. Den totala summan överstiger därför 100 procent.

Alternativ 4, "tidigare lägsta pris", och alternativ 5, "30-dagarspris", ligger närmast lagens formulering. "Tidigare lägsta pris" ger troligen tydligast information till konsumenter som inte känner till reglerna, eftersom det enkelt visar att det handlar om ett tidigare och lägsta pris. "30-dagarspris" stämmer också med lagen, men kräver att man känner till regeln för att förstå betydelsen. Utan den kunskapen säger "30-dagarspris" troligen inte så mycket för en konsument. De två alternativen är också de som flest uppfattar som varans lägsta pris de senaste 30 dagarna – 57 procent respektive 53 procent. Samtidigt innebär det att nästan hälften av konsumenterna inte tolkar dem på det sättet.

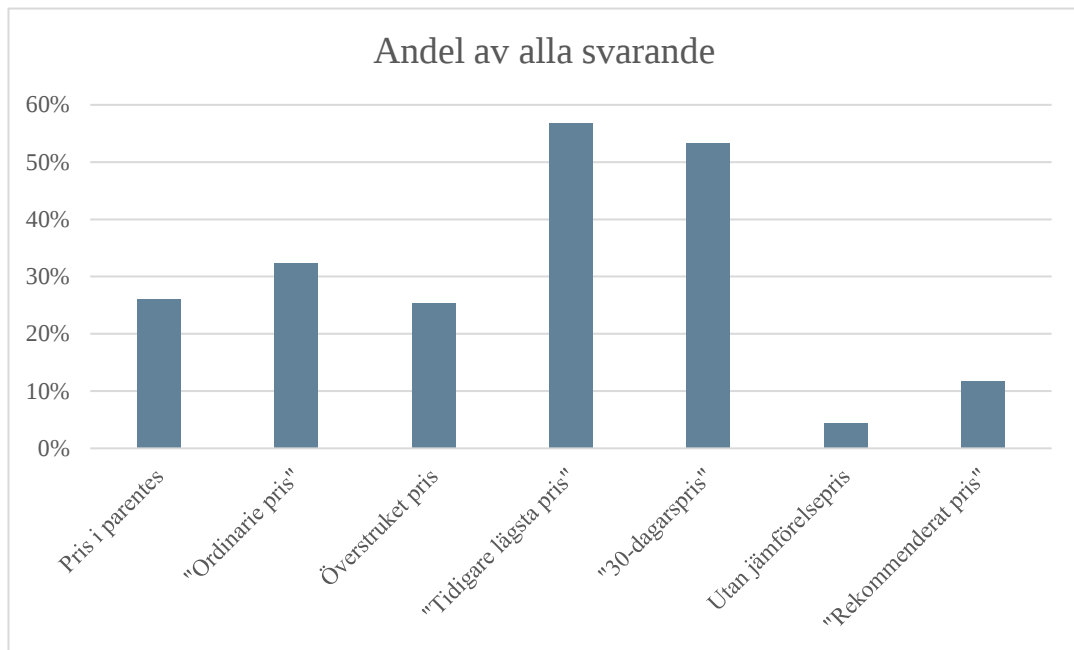


Bild 3

De alternativ som tydligast inte följer lagen är alternativ 6 som helt saknar pris att jämföra reapriset med, alternativ 7 som jämför med rekommenderat pris och alternativ 2 som jämför med ordinarie pris. Varken "rekommenderat pris" eller "ordinarie pris" kan anses betyda "varans lägsta pris de senaste 30 dagarna".

Alternativ 6, som helt saknar pris att jämföra reapriset fick också lägst antal svarande, endast 4 procent. Även alternativ 7, "rekommenderat pris", hade en lägre svarsfrekvens, medan nästan en tredjedel, 32 procent, svarade att alternativ 2, "ordinarie pris" visar varans lägsta pris de senaste 30 dagarna.

Alternativ 1, priset i parentes, och alternativ 3, överstruket pris, ger likvärdig information. Ett pris att jämföra reapriset mot finns med på prislappen men vad det högre priset står för har lämnats öppet för tolkning genom att det inte är förklarat med ord. En fjärdedel (26 procent respektive 25 procent) av de svarande tror att dessa alternativ visar varans lägsta pris de senaste 30 dagarna.

4.4 Konsumenter känner sig vilseledda

I undersökningen fick de svarande också frågor om deras förtroende för reor och om de känt sig vilseledda av prissättningen vid rea någon gång.

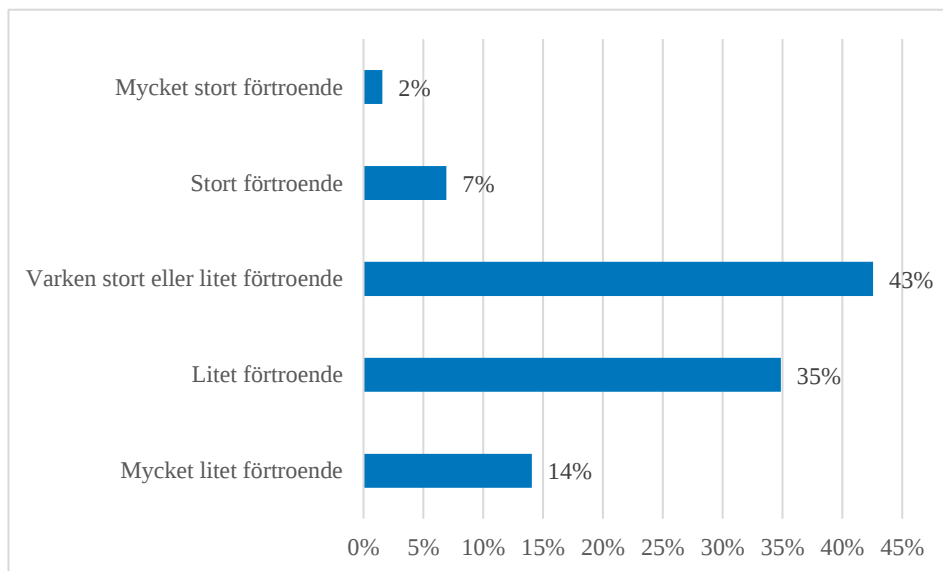


Bild 4

Resultatet visar att det är få som generellt har stort förtroende för reor. Endast 9 procent uppgav att de har stort eller mycket stort förtroende för reor, medan närmare hälften (49 procent) uppgav att de har litet eller mycket litet förtroende för reor.

Det låga förtroendet för reor märks också i flera av svaren på fritextfrågan om vad det överstrukna priset betyder (se avsnitt 3.1). Bland svaren fanns ord som ”påhittat”, ”fejk”, ”fantasipris” och ”det är bara ett sätt att få det att se billigare ut”.

På frågan om man har köpt något på rea och efteråt känt sig vilseledd av prissättningen svarar nästan varannan svarande ja (48 procent). Var femte svarande vet inte om de känt sig vilseledda medan cirka en tredjedel upplever att de inte har känt sig vilseledda under en rea.

De svarande har i fritextsvar även berättat om när de har känt sig vilseledda av prissättningen på rea.

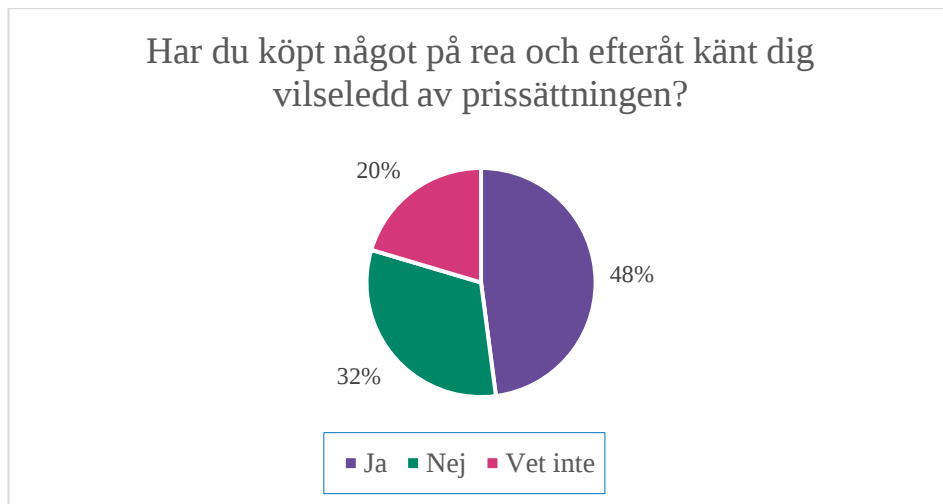


Bild 5

Flera nämner just problemet med att priset höjts precis innan rean så att det ser ut som att priset är mer nedsatt än vad det i själva verket är, så kallade skensänkningar eller fejkreor. Det handlar även om missvisande märkning där märkningen vid varan visar en bättre rea än vad det visar sig vara i kassan. Några nämner också så kallade ”eviga reor”, där butiker alltid annonserar rea och det är oklart vilket som egentligen är det ordinarie priset eftersom det så ofta är rea eller outlets.

Även kvaliteten lyfts som en faktor där det inför reor förekommer att specialprodukter med sämre kvalitet eller funktion tas fram, men reas ut och får konsumenten att tro att det rör sig om ordinarie sortiment eller produkt, trots att det kan röra sig om en delvis annan produkt. Vidare lyfts väldigt små reor fram, framför allt i dagligvaruhandeln, där besparingen närmast kan betraktas som obefintlig vid tillfällena. Som en svarande uttrycker det: ”den kan överglamoriserar små prisskillnader.”

Andra exempel som lyfts är att priset sänkts ännu mer efter att den aktuella rean är slut, vilket skapar irritation och sänker förtroendet.

Vidare nämns framför allt två saker där förtroendet för rea är lågt – elektronikhandeln och Black Week. Elektronikhandeln lyfts av flera svarande som en bransch där det är väldigt svårt att lita på prissättningen. Black Week, som numera får anses vara en så kallad rea-högtid, upplevs också som en situation som kräver mycket research och som ett tillfälle där det är lätt att bli lurad.

Sammantaget framträder en bild där konsumenterna i hög utsträckning upplever att de blir lurade på reor och där det allmänna förtroendet för reor är lågt.

5 Förvirring och lågt förtroende för rea

Undersökningen visar tydligt att prisinformationen vid reor ofta upplevs som otydlig och förvirrande för konsumenterna. Den visar också att förtroendet för reor generellt är lågt. Det är rimligt att anta att det finns en koppling här emellan - när konsumenterna inte förstår prisinformationen är det svårare för dem att ha förtroende för rean.

5.1 Förvirring kring nedsatta priser

Prisinformationslagens syfte är att främja god prisinformation till konsumenterna. Prisinformationen ska enligt lagen vara både korrekt och tydlig.

För att konsumenterna ska kunna fatta rätt beslut är det viktigt att priset som reapriset jämförs med verkligheten också är det lägsta priset under de senaste 30 dagarna. Det vill säga om informationen är korrekt. Om beloppet på prislappen stämmer, alltså om det verkligen är det tidigare lägsta priset, undviks så kallade fejkreor oavsett vilket sätt jämförelsepriset presenteras på. Den här undersökningen handlar däremot bara om ifall prisinformationen är tydlig för konsumenten, alltså om hur den presenteras. Oavsett om informationen i sig är korrekt, spelar det roll hur väl konsumenterna förstår prisinformationen. Bara om konsumenten förstår informationen kan den bilda sig en egen uppfattning av om det är en bra rea eller inte och då avgöra om det är ett bra köp.

Även om inte alla reflekterar över vad jämförelsepriset står för är det viktigt att den som vill förstå får information som är tydlig och lätt att ta till sig.

Ungefär hälften av de svarande uppgav att de kände till kravet på att varans lägsta pris under de senaste 30 dagarna ska anges vid rea. Samtidigt finns det ingen enighet i hur varans lägsta pris de senaste 30 dagarna kan anges på prislappen. Butikerna använder många olika sätt att presentera jämförelsepris på och det är en djungel för konsumenterna att sätta sig in i vad som är vad.

Vissa sätt att visa priset uppfattas som tydligare än andra. Prislapparna med formuleringarna ”tidigare lägsta pris” och ”30-dagarspris” valdes av flest som de alternativ som visar varans lägsta pris de senaste 30 dagarna. Ändå var det bara drygt hälften som valde dessa alternativ. Det visar att nästan varannan konsument inte tycker att ens dessa formuleringar är tillräckligt tydliga.

Vid rea visas ofta ett överstruket pris eller ett pris inom parentes vilket lämnar det öppet för tolkning vad det står för. När jämförelsepriset anges utan att det tydligt framgår att det handlar om det tidigare lägsta priset blir informationen svår att förstå även i de fall prisuppgiften i sig är korrekt, det vill säga motsvarar det lägsta priset de senaste 30 dagarna. Då måste konsumenten själv känna till reglerna för att förstå informationen.

Problemet med att ange ordinarie pris som jämförelsepris är att butiken i stor utsträckning själv kan bestämma vad som är varans ordinarie pris, till exempel genom att höja det ordinarie priset strax innan rean för att få prisnedsättningen att se större ut. Inte heller rekommenderat pris säger särskilt mycket om hur bra rea det är.

Ett överstruket pris eller ett pris inom parentes har tidigare ofta använts just för att ange det ordinarie priset för en vara. Det har också använts för att ange rekommenderat pris eller stått för något annat pris som butiken själv har valt. Det är därför inte förvånande att många konsumenter tror att ett överstruket pris eller ett pris inom parentes intill reapriset står för till exempel ordinarie pris.

Enligt Konsumentverkets vägledning om prisinformation⁴ får varans lägsta pris de senaste 30 dagarna anges som överstruket eller placerat inom parentes. Undersökningen visar att konsumenterna inte förstår den informationen. När de svarande själva fick formulera vad det överstrukna priset på prislappen stod för svarade bara omkring 1 procent att det är varans lägsta pris de senaste 30 dagarna. På frågan där sju olika prislappar visades uppgav bara runt en fjärdedel att alternativen med överstruket pris och med pris inom parentes visade varans lägsta pris de senaste 30 dagarna.

Mot denna bakgrund kan det ifrågasättas om dagens tolkning av regeln om att ange det tidigare lägsta priset verkligen uppfyller lagens krav på tydlig prisinformation. Det kan också ifrågasättas om lagens syfte att främja god prisinformation till konsumenter uppfylls när samma information kan tolkas på så olika sätt av olika konsumenter.

5.2 Lågt förtroende för reor

Förtroendet för reor är lågt. Bara 9 procent uppgav att de har stort förtroende, medan nästan hälften har litet eller mycket litet förtroende. Nästan varannan person har någon gång känt sig vilseledd vid köp på rea. Fritextsvaren visar också att många tror att priser höjs före reor, att märkningen är otydlig och att särskilda produkter av sämre kvalitet tas fram för reor.

5.3 Slutsatser

För det första visar resultatet att konsumenterna ofta har svårt att tolka prisinformationen även när den är utformad i enlighet med lagens krav. Detta visar att det finns ett glapp mellan juridisk tydlighet och praktisk begriplighet. Det kan därför ifrågasättas om lagens syfte att främja god prisinformation för konsumenter uppnås i praktiken.

Vidare framgår att konsumenter även i många av de fall då Konsumentverkets vägledning följs ändå inte uppfattar informationen

⁴ Konsumentverket: [Vägledning prisinformation 2024](#)

som tydlig. Det pekar på ett behov av tydligare riktlinjer eller gemensamma standarder för hur lägsta pris ska visas, till exempel genom enhetliga formuleringar eller symboler. Informationsinsatser till konsumenterna kan också öka kännedomen om deras rättigheter.

Många konsumenter har lågt förtroende för reor. Det kan tänkas att fler skulle ha ett högre förtroende om prisinformationen var lättare att förstå. I stället uttrycker konsumenter själva att de behöver forska mycket själva och att det är svårt att vara spontan vid inköp.

Det låga förtroendet för reor riskerar att drabba även de butiker som faktiskt följer regelverket. När prisinformationen generellt upplevs som så otydlig och svår att förstå kan även en korrekt angiven prisuppgift göra att konsumenten känner sig osäker på om det är en bra prissänkning eller inte.

För att öka tydligheten kan det finnas behov av ytterligare riktlinjer eller standardisering för hur lägsta pris ska presenteras, till exempel genom krav på enhetliga formuleringar eller visuella symboler som gör det omedelbart tydligt att det handlar om ”lägsta pris de senaste 30 dagarna”. Vidare kan informationsinsatser riktade till konsumenterna öka kunskapen om deras rättigheter vid rea. På så vis kan lagstiftningens syfte och konsumenternas behov bättre tillgodoses.

Telefon: 070 – 656 43 23

E-post: konsumentfraga@demokratimedborgarservice.goteborg.se



Göteborgs
Stad