





Bruktundersøkelsen 2025

Metode og gjennomføring



- Denne undersøkelsen er gjennomført av Analysesjefene AS i samarbeid med CINT/SYNO.
- Det er benyttet online panel i Norge, og respondentene besvarer et digitalt spørreskjema.
- Det er gjennomført 1000 intervjuer i aldersgruppen 18 til 80 år (P18+). Utvalget er nasjonalt representativt på alder, kjønn og geografi.
- Perioden for gjennomføring var uke 10 2025, dvs. 21.02.2025 til og med 27.02.2025

Utvalgte funn



81%

har kjøpt brukt siste
året

44%

handler brukt på
FINN.no

66%

handler brukt for å
spare penger

70%

planlegger å selge
ting våren 2025

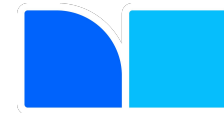
68%

vil bruke FINN.no til
å selge

46%

selger for å få mer
plass og orden

Noen forskjeller mellom menn og kvinner



Menn

Selger fritidsutstyr for 70% mer enn kvinner

Sparer vesentlig mer på bruktkjøp av elektronikk og mobil, og også bil, båt og MC-utstyr

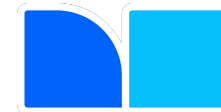


Kvinner

Kvinner anslår langt lavere verdier på egne eiendeler enn menn

Sparer smart på klær og interiør, mindre på duppeditter

Store forskjeller i de ulike generasjonenes brukthandel!



18-24 år

1 av 4 skal selge
klær for flere tusen kroner

Klær og kosmetikk
142% mer spart enn snittet

FINN.no dominerer
- også blant de yngste og
kun 16% bruker Tise

25-34 år

**Sparer mest på
brukt kjøp**
av samtlige aldersgrupper

Møbler og inventar
3x så mye spart i denne
kategorien

Sparer tredobbelt
på sportsutstyr opp mot snitt

34-44 år

Barneklær
sparer 2x av snittet

Sparer mer på kjøp
til barna enn til seg selv

5% kunne tjent 10K
på å selge ting fra hus og hjem

45-54 år

Ferdig med baby
og det handles mye mindre
klær og utstyr til barn

Kunne tjent 85% mer
enn snittet på klær og kosmetikk

Mindre handel
enn yngre grupper

55-64 år

Kjøper mer nytt
da veldig få oppgir å ha spart
mye på brukthandel

Mer tradisjonelle
kanaler for kjøp og salg enn
yngre

Anslår lavere verdi
på egne eiendeler enn yngre

65-74 år

Liten bruk av
nettbaserte plattformer

Teknologiskepsis
ingen i denne gruppen har
spart penger på elektronikk

**Lite kunst- og
antikvitetshandel** på tross av
målgruppens store verdier i
produktgruppen

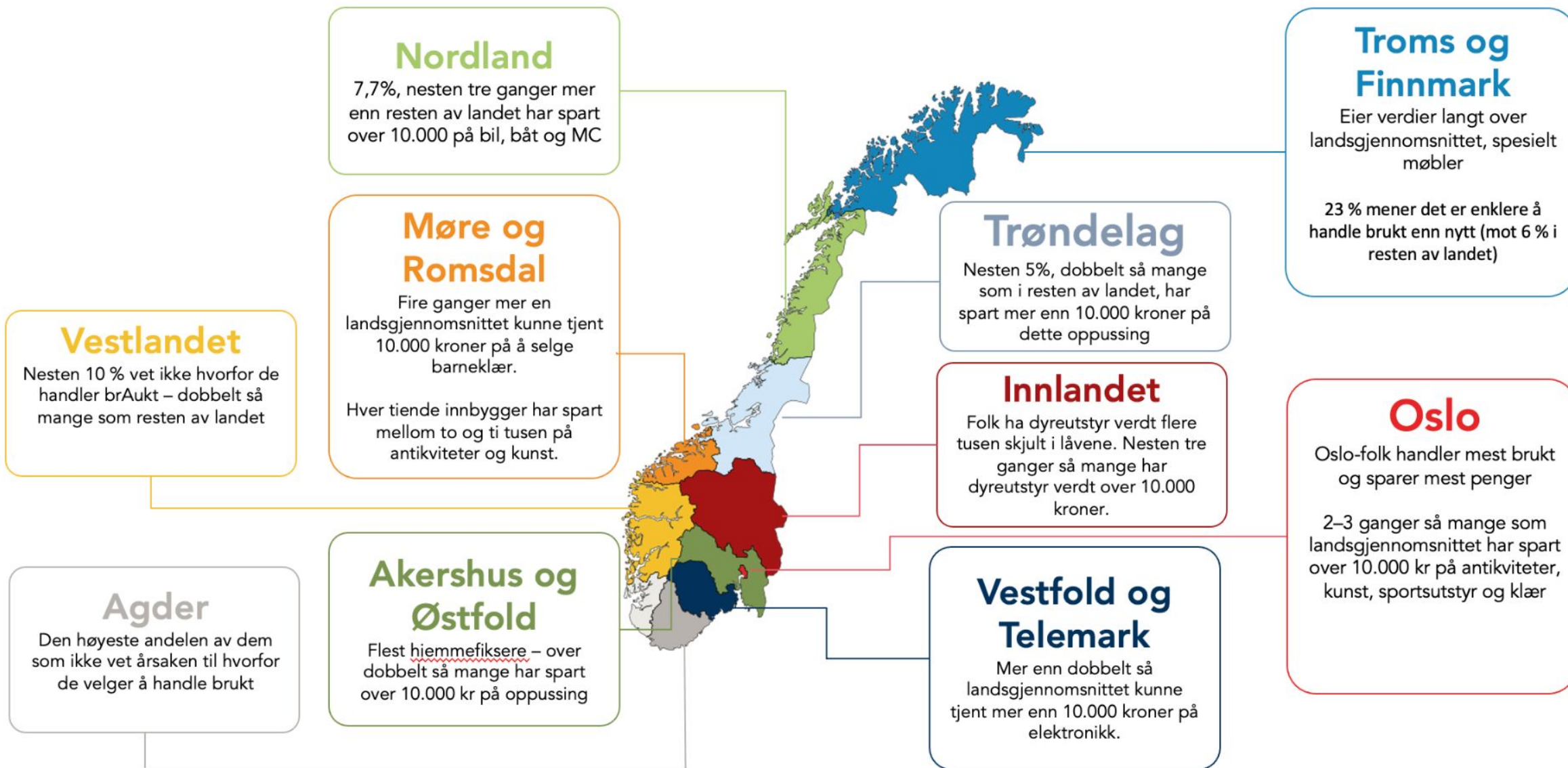
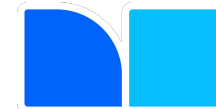
75-80 år

1 av 3 rydder og selger
for at andre skal få glede av
tingene

**Penger er ikke
motivasjonen**
i motsetning til omtrent alle
andre grupper

Husker ikke
4 ganger så mange husker
ikke hvor de handler brukt
sist

Norge Rundt med Bruktundersøkelsen 2025





**Kontaktopplysninger for ytterligere informasjon eller
for å få tilsendt undersøkelsen i sin helhet:**

Johannes Fjose Berg

Kommunikasjonsrådgiver

Schibsted Marketplaces Recommerce

johannes.fjose.berg@schibsted.com

M: + 47 474 09 206

