



GENERATIONS- RAPPORTEN 2024



ungdoms
barometern

VÄLKOMMEN TILL UB:S GENERATIONS- RAPPORT 2024

Kriserna har de senaste åren avlöst varandra. Krig har brutit ut, gängkriminalitetens brutalitet har passerat tidigare otänkbara gränser, det öppna samhället har skakats av terrordåd och Sverige tycks vara på väg in i en ekonomisk vinter. Dessutom har utvecklingen av AI avancerat explosionsartat – något som väcker både tillförsikt och oro för hur det ska påverka både samhälle och arbetsmarknad.

Det kanske enda man kan vara säker på i dessa oroliga tider är att unga inte står opåverkade. I våra många möten med unga ser vi en lång rad förändrade attityder, värderingar och beteenden, både som ett resultat av och som en motreaktion till utvecklingen i omvärlden. Några av dem har legat i korten länge och väntat på att blomma ut, medan andra fortfarande är i sin linda även så här i början på 2024.

I årets Generationsrapport vill vi belysa några av de förändringar som skett under de senaste åren, med fokus på ungas syn på samhället och tillvaron. I detta avseende skiljer sig rapporten något från tidigare upplagor, som snarare fokuserat på ett längre tidsperspektiv. Den skiljer sig också från vår Trendrapport som släpptes i december 2023, som har större fokus på kortare trender i mindre grupper av unga.

Generationsrapporten baseras framförallt på vår största årligen återkommande ungdomstudie bland över 15 000 15-24-åringar, men analysen formas av de över hundra analyser och studier i både kvantitativ och kvalitativ form som vi genomför varje år. Rapporten består av en kort inledande del som beskriver Generation Z övergripande och i relation till tidigare generationer, varefter vi flyttar fokus till de aktuella insikter som vi tycker är viktigast att lyfta fram till alla som vill förstå dagens unga.

Trevlig läsning!

Stockholm i februari 2024

Ulrik Hoffman och Jessica Åkerström

**"Roliga, överkänsliga, inte
jättesmarta hela tiden,
för höga krav, sociala"**

– Kille, 16 år om dagens ungdomsgeneration



Fakta om undersökningen:

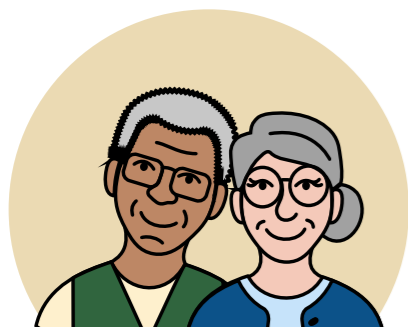
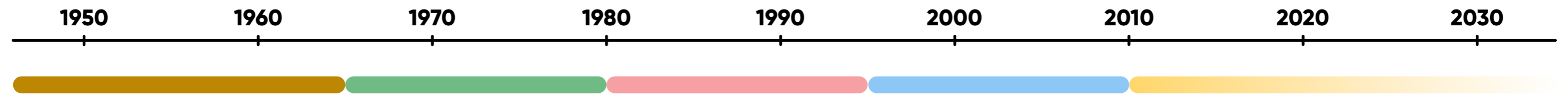
Intervjumetod: Digital enkätundersökning
(anpassad för smartphone, desktop, surfplatta)

Målgrupp: Unga i Sverige 15-24 år

Fältperiod: 5 oktober - 23 november 2023

Antal intervjuer: 15 008 st

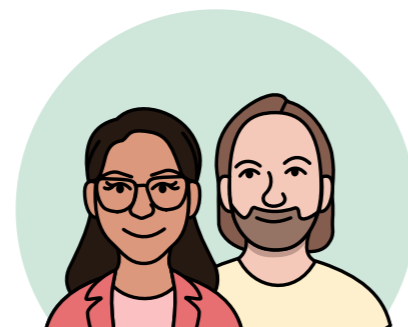
GENERATIONER GENOM TIDERNA



BABY BOOMERS

Födelseår: 1946-1964

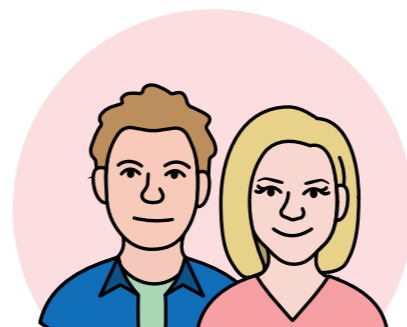
Växte upp under 60-talet, med ambitioner om att kunna förändra samhället och med stark framtidstro. Idag är de en generation som stannar längre på arbetsmarknaden än tidigare.



GENERATION X

Födelseår: 1965-1980

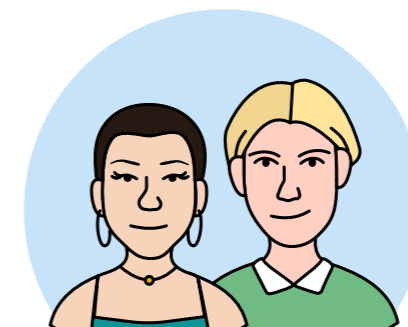
Uppvuxna i en tid med förändrade familjenormer och i ett helt nytt medielandskap. Kallas ibland för skilsmässogenerationen eller MTV-generationen. Många av dagens mest framgångsrika entreprenörer kommer härifrån.



MILLENNIALS

Födelseår: 1981-1995

Har under sina formativa år upplevt internets uppkomst och stora tekniska framsteg. En värderingsdriven generation som pekades ut som krävande när de klev in i arbetslivet.



GENERATION Z

Födelseår: 1996-2010

Uppväxta med internet och smarta telefoner och i ett samhälle som är mer heterogent och mångkulturellt än tidigare. Präglas av en oroligare omvärld under uppväxten och är mer trygghetssökande.



ALPHA?

Födelseår: 2011-

Än är det för tidigt att sätta ned foten kring hur denna generation ska definieras, men förändrade vanor bland de yngsta i Generation Z ger värdefulla hintar om vad som kan tänkas komma.



**"Det var mycket prat om
klimatförändringar men vad
hände? Är vi körda nu?"**

- Kille, 16 år



**En tydlig förändring är
att unga skiftar fokus
och överger de stora
frågorna till förmån för
det som spelar roll här
och nu**

2011

Terrorattentat i Utøya, Norge

2012

Netflix lanseras i Sverige



2015

Flyktingvåg till Sverige



2018

Avicii (Tim Bergling) går bort⁽³⁾
Greta Thunberg inleder skolstrejk för klimatet
TikTok blir världens mest nedladdade app



2021

Rapparen Einar skjuts till döds⁽⁴⁾
Magdalena Andersson blir Sveriges första kvinnliga statsminister⁽⁵⁾



2023

Israel-Hamas konflikten eskalerar
Inflation blir ordet på allas läppar



HÄNDELSE R SOM PÅVERKAT GENERATION Z UNDER UPPVÄXTEN

2010

SD kommer in i riksdagen⁽¹⁾
Instagram lanseras i Sverige
Arabiska våren
Apple lanserar iPad



2014

Ryssland annekterar Krim
Rödgrön minoritetsregering⁽²⁾



2017

Terrordåd på Drottninggatan
Donald Trump tillträder som president i USA
#MeToo-upproppen



2020

Coronapandemin bryter ut
Black Lives Matter-rörelsen uppmärksammas globalt
Storbritannien lämnar EU



2022

Ryssland invaderar Ukraina
Sverige ansöker om NATO-medlemskap
Nytt rekord i antal dödsskjutningar i Sverige



⁽¹⁾ Riksdagen (u.å.). Jimmie Åkesson (SD). Pressbild [Fotografi]. <https://www.riksdagen.se/sv/ledamoter-och-partier/ledamot/jimmie-akesson> [Hämtad: 2024-01-24].

⁽²⁾ Riksdagen (u.å.). Stefan Löfven (S). Pressbild [Fotografi]. <https://www.riksdagen.se/sv/ledamoter-och-partier/ledamot/stefan-lofven> [Hämtad: 2024-01-24].

⁽³⁾ Bergling, T. [Avicii]. (u.å.). Profildbild [Fotografi/profildbild]. <https://twitter.com/Avicii> [Hämtad: 2024-01-23].

⁽⁴⁾ Byrmo, M. & TT. (u.å.). Bildsättning artikel [Fotografi]. <https://www.svd.se/a/Jx7rj4/kidnappningen-av-einar-upp-i-hovratten> [Hämtad: 2024-01-24].

⁽⁵⁾ Hansson, M. (u.å.). Pressbild [Fotografi]. Magdalena Andersson-6-FotoMathiasHansson.jpg (4079x5099) (socialdemokraterna.se) [Hämtad: 2024-01-23].



"Uffe och Maggan bråkar som barn gör i sandlådan samtidigt som barn yngre än mig dör på gatan och jag känner mig fortfarande som en liten unge. [...] Jag kanske inte vet så mycket om politik men vete fan om våra politiker vet det heller."

- Tjej, 16 år om varför samhället går i fel riktning

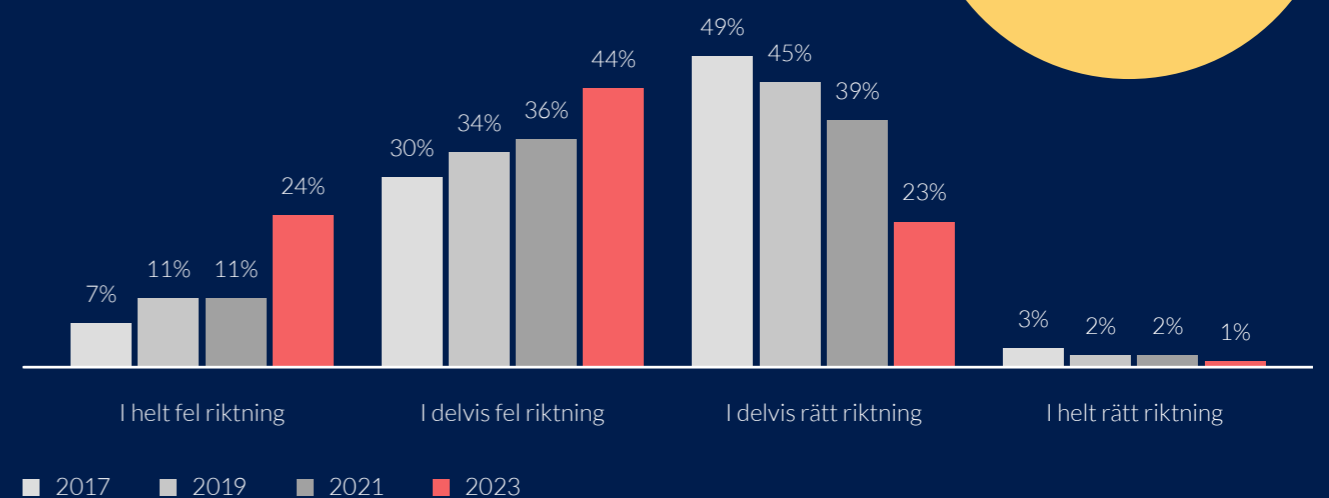
GENERATION Z I SVERIGE 2024

Grundbulten försvinner inte – Generation Z är fortfarande hyperdigitala, informations-törstande, bortskämda med innehåll 24/7, globala, heterogena, trygghetsökande, hemkära, individualister. Många av dessa "egenskaper" kommer dock till uttryck på andra sätt just nu, där vi i synnerhet ser att trender som varit på gång tidigare, ibland bara i mindre grupper, nu förstärks och slår igenom brett. Här kan till exempel nämnas politisk apati och ännu större vikt vid ideal kopplade till familj och trygghetsökande. Viljan och förmågan att påverka fokuseras i större utsträckning nära en själv, på tillvaron här och nu, istället för på de stora samhällsfrågorna som just nu upplevs för abstrakta och svåra att agera på som enskild individ.

Orolig omvärld = dystra framtidsutsikter

Unga lever i en tid som är betydligt mer osäker och orolig än för bara tio år sedan. Denna allt mer cementerade röda tråd har tydliga konsekvenser för ungas världsbild och i förlängningen på deras attityder och beteenden. De är allt för medvetna om de utmaningar som samhället står inför och som behöver lösas – helst igår. Denna medvetenhet gör dem betydligt mer pessimistiska till samhällsutvecklingen och den egna generationens framtid än tidigare. Det tycks i sin tur resultera i en mer utbredd politisk uppgivenhet och perspektivförflyttning, fokuserat på att prioritera konkreta frågor här och nu.

Fråga: Åt vilket håll skulle du säga att samhällsutvecklingen är på väg?
Alternativet "osäker/vet ej" redovisas inte



Tjejer är mer negativa till samhällsutvecklingen än killar. **76%** av tjejerna anser att samhället är på väg i helt eller delvis fel riktning jämfört med **60%** av killarna

SÄKRA NUET

Trots att unga fortfarande tycker att klimatfrågan är den allra viktigaste samhällsfrågan – ifall de tvingas välja en enda fråga – är det ofta andra frågor som får förtur när de reflekterar kring samhällsproblem. Generellt blir frågor kopplade till långsiktiga ideal om en bättre värld nedprioriterade, som jämställdhet och antirasism. Ungas politiska fokus har de senaste åren förskjutits till problem som i högre utsträckning upplevs påverka samhället, och ibland den egna vardagen, här och nu. Detta fokus, ofta kopplat till trygghet och konkreta sakfrågor, är en tendens som vi också ser inom flera områden som rör ungas prioriteringar i vardagen, utbildning och karriärval. Trygghet, kontroll och materialism blir allt viktigare. Det gäller kort och gott att säkra nuet innan stora ambitioner om framtiden får plats igen, både i privatlivet och samhällsfrågor.

"De flesta håller med om att det är en viktig fråga, men kanske inte viktigast just nu. Politiker pratar inte aktivt om jämställdhet, och det påverkar oss. Då tänker inte vi på det som en viktig fråga, som andra frågor man hör mycket om"

– Tjej, 20 år om jämställdhet

Jämställdhet blir i snabb takt mindre viktigt för tjejer sedan toppen år 2021

Det finns även stora skillnader sett till kön. De frågor som är viktigare för tjejer är fortsatt i högre utsträckning relaterade till långsiktiga ideal, som jämställdhet och antirasism. Men i synnerhet i fråga om jämställdhet har vi sett ett tydligt skifte bland tjejerna under de senaste åren, där väsentligt färre uppger att det är

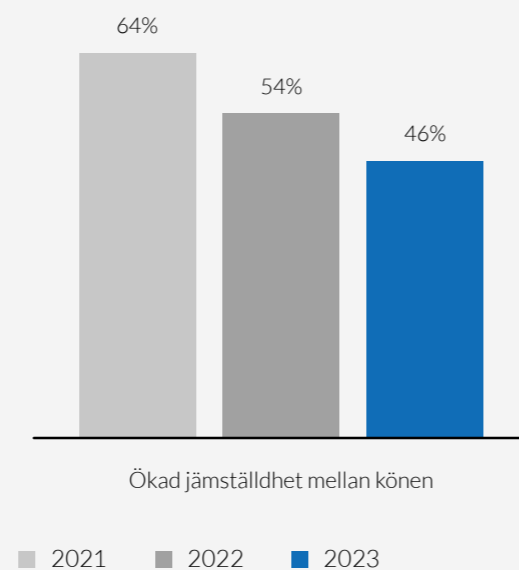
Topp fem viktigaste samhällsfrågor när unga bara får välja en:

1. Miljö- och klimatfrågor
2. Ökade resurser till polisen och brottsbekämpning
3. Ökade resurser till sjukvård och omsorg
4. Ökade resurser till skolan
5. Förbättrad integration

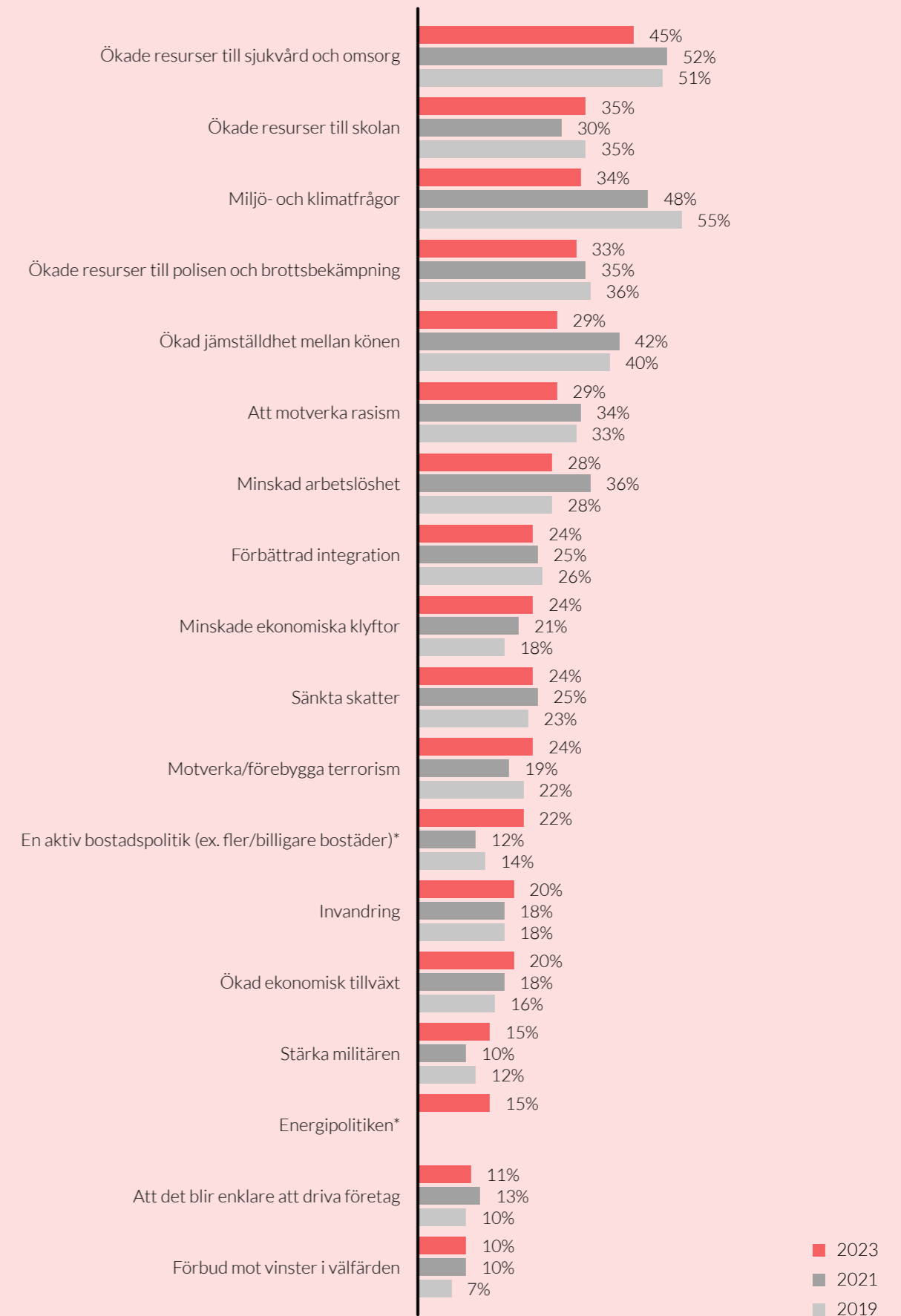
viktigt både som samhällsfråga och i arbetslivet. Färre beskriver sig också som feminister.

Utvecklingen till trots lutar tjejerna fortfarande mer till vänster politiskt och vill se mer resurser till välfärden. För killarna är ekonomiska frågor viktigare; de vill i högre utsträckning se sänkta skatter, ökad tillväxt och bättre energipolitik.

Andel tjejer som uppger jämställdhet som en av de viktigaste samhällsfrågorna:



Flervalsfråga: Vilka av följande samhällsfrågor känns viktigast för dig?



* Energipolitiken är ett nytt alternativ 2022 och svarsalternativet "En aktiv bostadspolitik" är ändrat från enbart "bostadspolitik" tidigare år



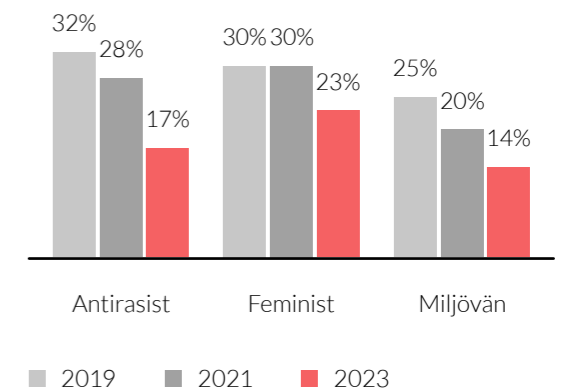
"Man vill fortfarande att det ska vara mer jämställt. Men klart att om det blir mer jämställt så blir det mindre fokus på den frågan. Då kan man fokusera på andra saker. Eller så behöver man fokusera mer på till exempel sjukvård och då blir det mindre fokus på jämställdhet. Man tar alltid de största problemen först. Man kan inte börja med småproblemen liksom."

- Tjej, 19 år

Politisk uppgivenhet?

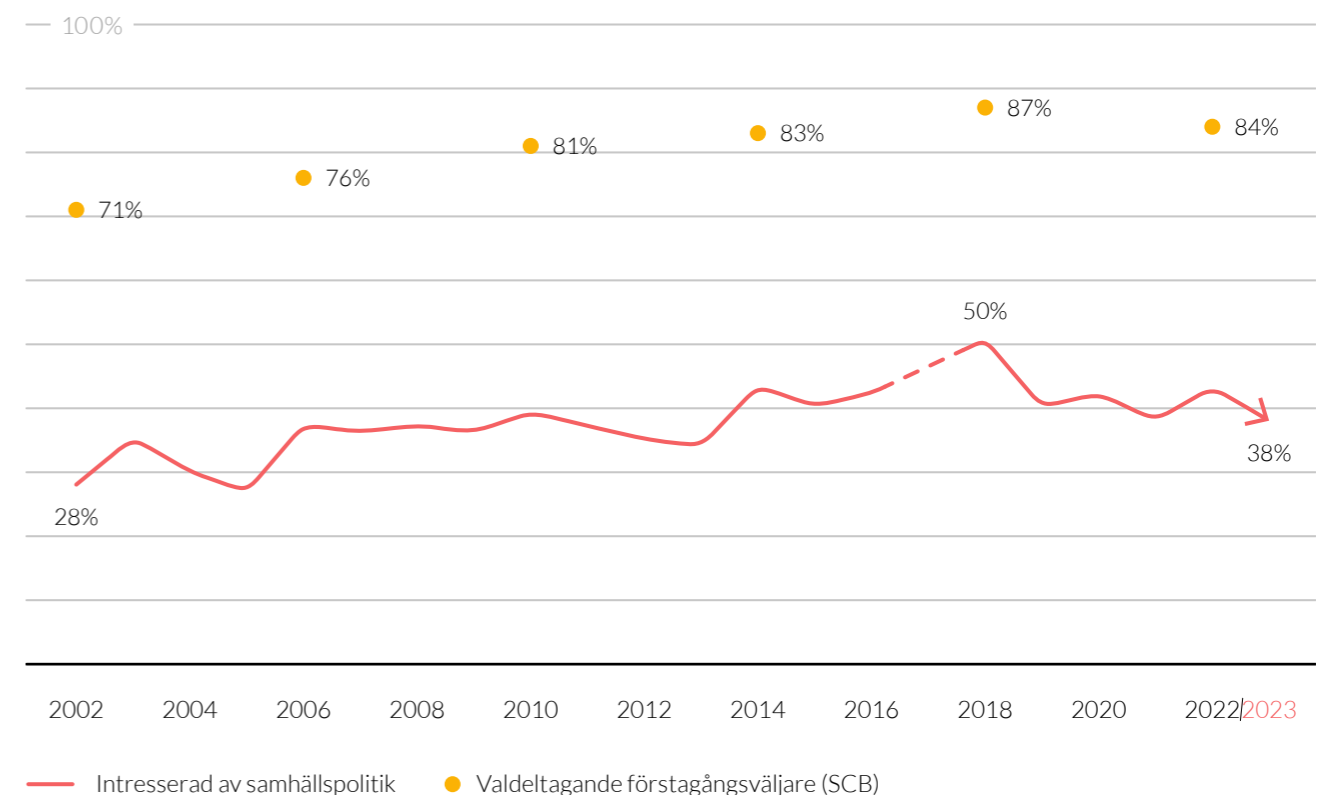
I många samhällsfrågor som tidigare definierat ungas engagemang ser vi även tendenser till en ökande politisk uppgivenhet. Intresset för politik och samhällsfrågor sjunker och tilltron till demokratin eller politikernas förmåga att hantera problem falnar. Bortsett från politiker och riksdag är dock de flesta förtroendesiffror för samhällsinstitutioner fortsatt höga och det finns indikationer på att unga sänker de idealistiska ambitionerna åtminstone delvis för att de känner att samhället redan har kommit ganska långt. Valdeltagandet bland förstagångsväljare är också på fortsatt mycket höga nivåer historiskt, även om det sjunkit något sedan toppnoteringen 2018.

Unga som identifierar sig med politiskt laddade identiteter:



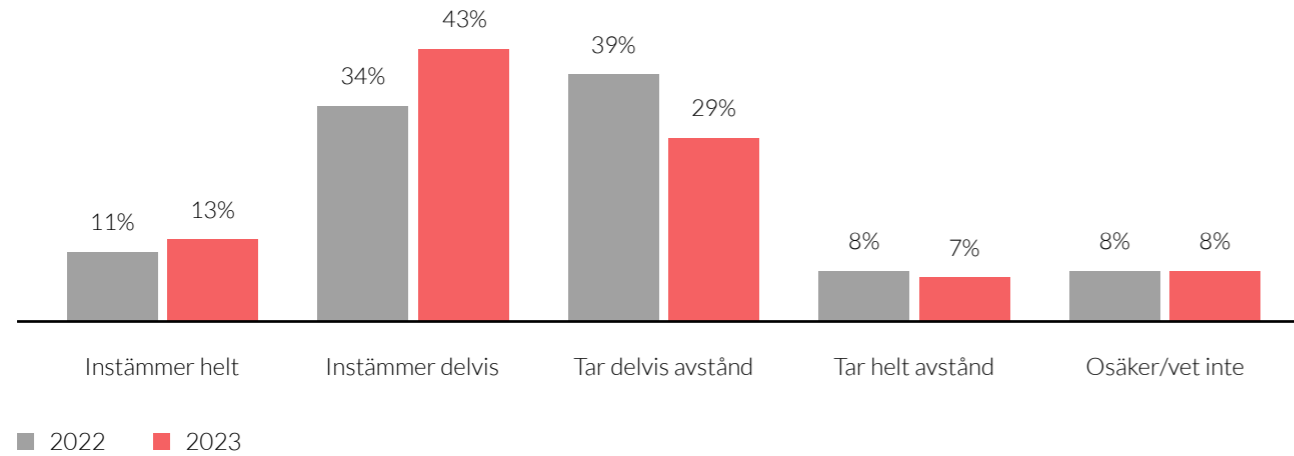
Fråga: Hur stort är ditt intresse för inrikes/utrikespolitik/samhällsutveckling?

Filter: Svarat "4" eller "5 - Mycket intresserad"



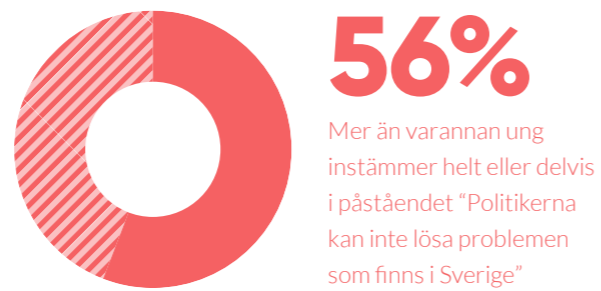
* Frågan ställdes inte 2017. Medelvärde mellan 2016 och 2018 angetts för att komplettera grafen.

Påstående: "Politikerna kan inte lösa problemen som finns i Sverige"



Unga blir mer skeptiska mot det politiska systemet i Sverige

Som vi redan diskuterat är unga i hög grad påverkade av aktuella samhällsproblem och oroade över en osäker samtid. Detta får i sin tur effekter på förtroendet för samhällets förmåga att lösa problem. Problemen tycks i ungas ögon eskalera utan att några lösningar finns i sikte och många är uppgivna över att saker inte blir bättre. Den upplevelsen rubbar tilliten till politikernas – och i förlängningen även demokratin – förmåga att hantera de utmaningar som samhället står inför. Många upplever att politikerna står handfallna och på bara ett år har ungas förtroende för politikernas kapacitet att lösa problem sjunkit rejält. Likaså minskar förtroendet för riksdag och regering. Kanske förstärks även denna skepticism mot det partipolitiska systemet av sociala medier, där en hård ton kring politiken ofta får utlopp. Detta har inte minst märkts under konflikten mellan Hamas och Israel som många unga framför allt har följt i sociala medier.



minskat något på bara ett par år. Även om det inte är några dramatiska skiften är det en oroväckande utveckling som kan spegla en global trend där liberala demokratier är på tillbakagång. Samtidigt ser vi också att andelen unga som kan tänka sig att ta till våld för att påverka samhället ökar, dock från låga nivåer.

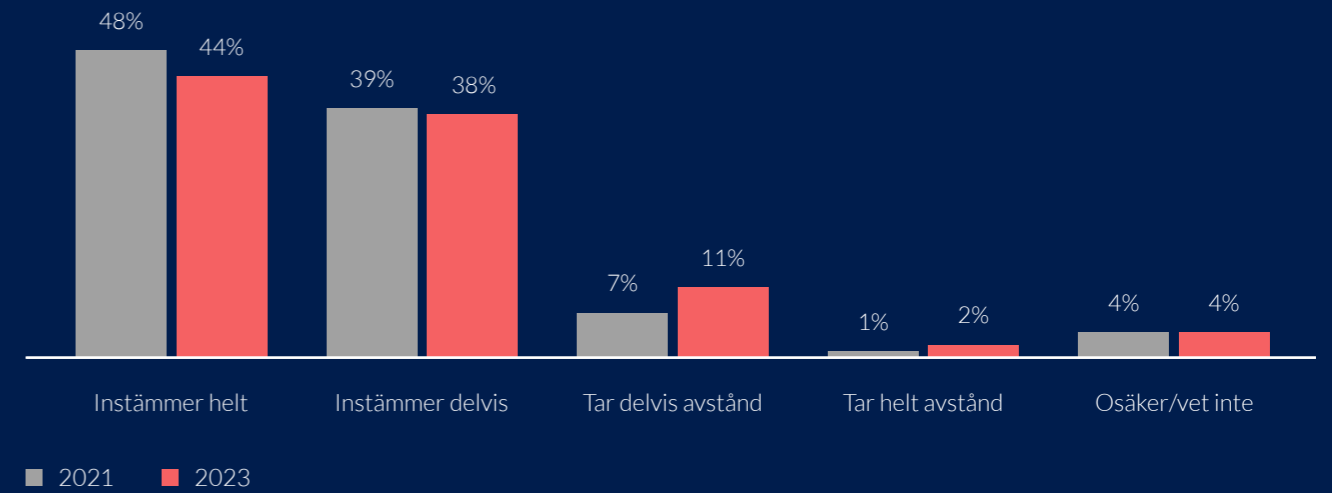
"Politikerna har helt gett upp verkar det som och det ser ut som att ingen kommer göra något åt alla problem vi har i Sverige."

- Tjej, 20 år

Demokrati på dekis?

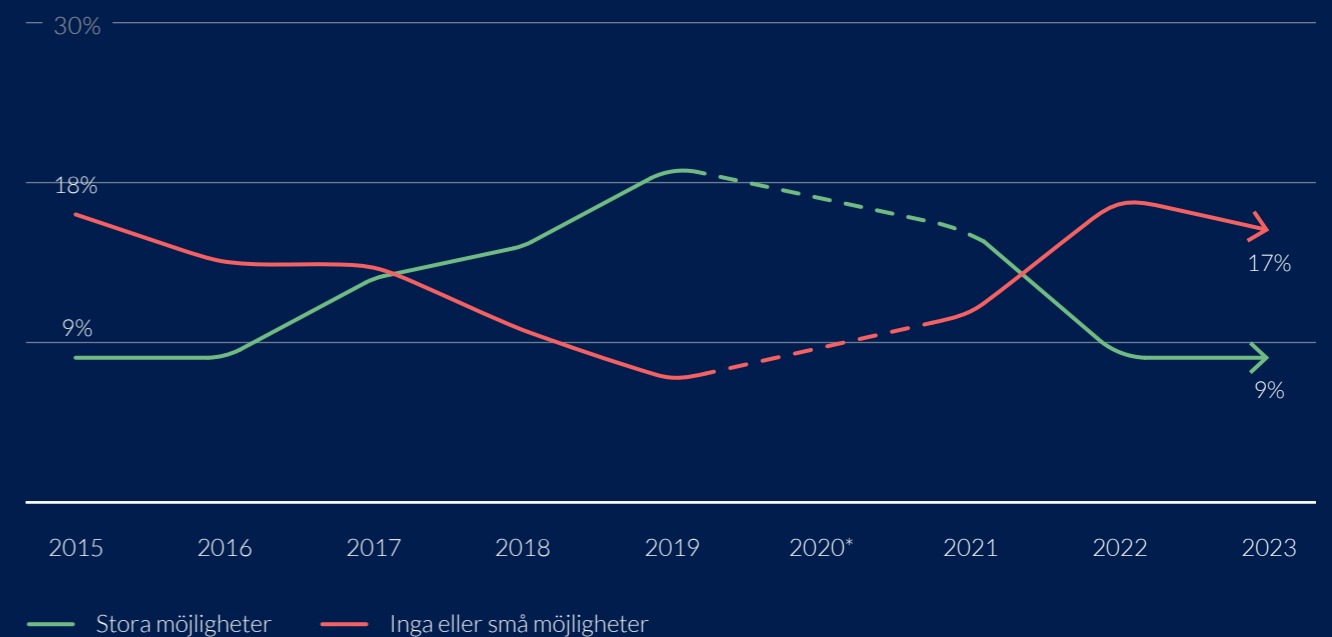
De flesta unga instämmer fortsatt helt eller delvis i att demokrati är det bästa styrelseskicket, men det robusta stödet för demokrati har

Påstående: "Demokrati är i alla lägen det bästa systemet för att styra ett samhälle"



Fråga: Vad anser du om dina möjligheter att påverka i samhället?

Filter: Sammanslagning "6" + "7 - Stora möjligheter" och "1 - Inga möjligheter" + "2"

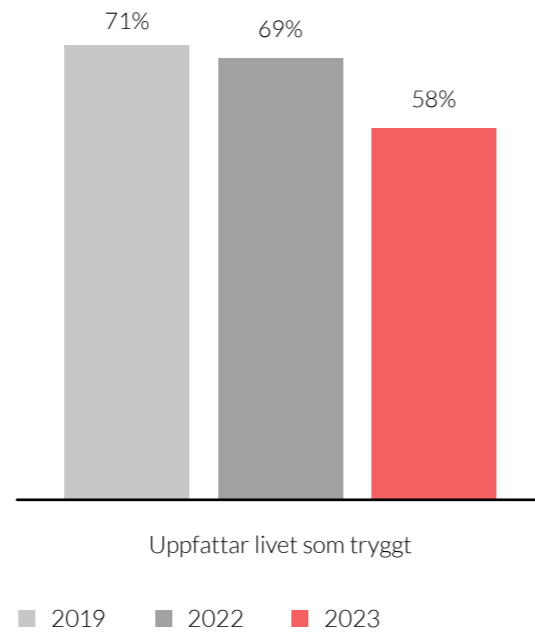


* Frågan ställdes inte 2020. Medelvärde mellan 2019 och 2021 har angetts för att komplettera grafen.

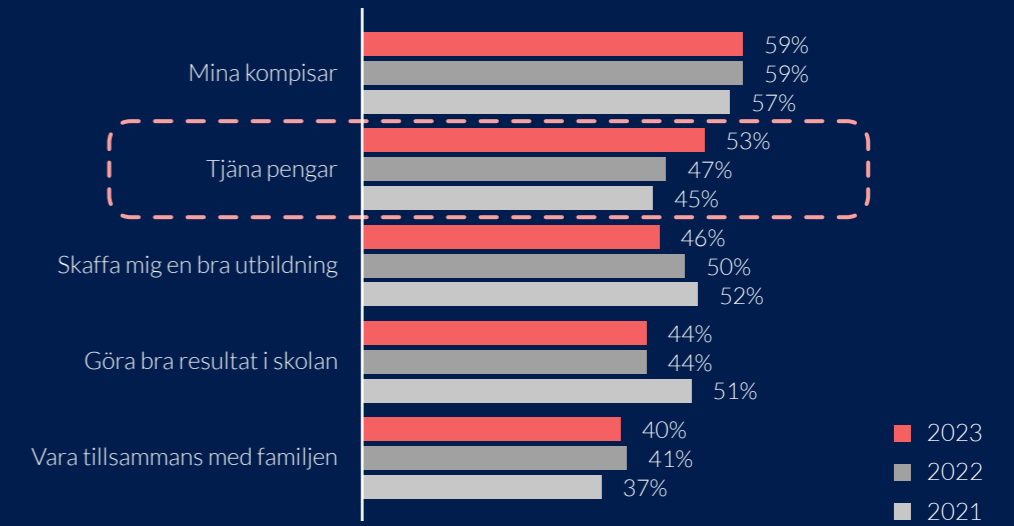
TRYGGA TILLVARON

I en tid när tillvaron i stort upplevs som alltmer otrygg blir det desto viktigare att prioritera och agera på saker man själv upplever sig kunna styra över. I år märks det bland annat genom att unga i större utsträckning prioriterar att tjäna pengar. Redan i förra årets rapport resonerade vi kring materialismens återkomst, vilket vi med årets mätning i ryggen kan konstatera är en etablerad trend bland unga. Lågkonjunkturen gör att många känner sig tvungna att agera mer ekonomiskt medvetet och dryga ut kassan för att få vardagen att gå runt. Vi ser även att det finns en aspekt av status och att fler unga vill uppfattas som framgångsrika, självständiga och rika. I sociala medier-flöden vittnar även trender som handlar om att visa upp ett framgångsrikt yttre (till exempel Grisch och CEO aesthetic) om att materialismens återkomst tar sig i uttryck genom ideal och estetiker som inspirerar unga.

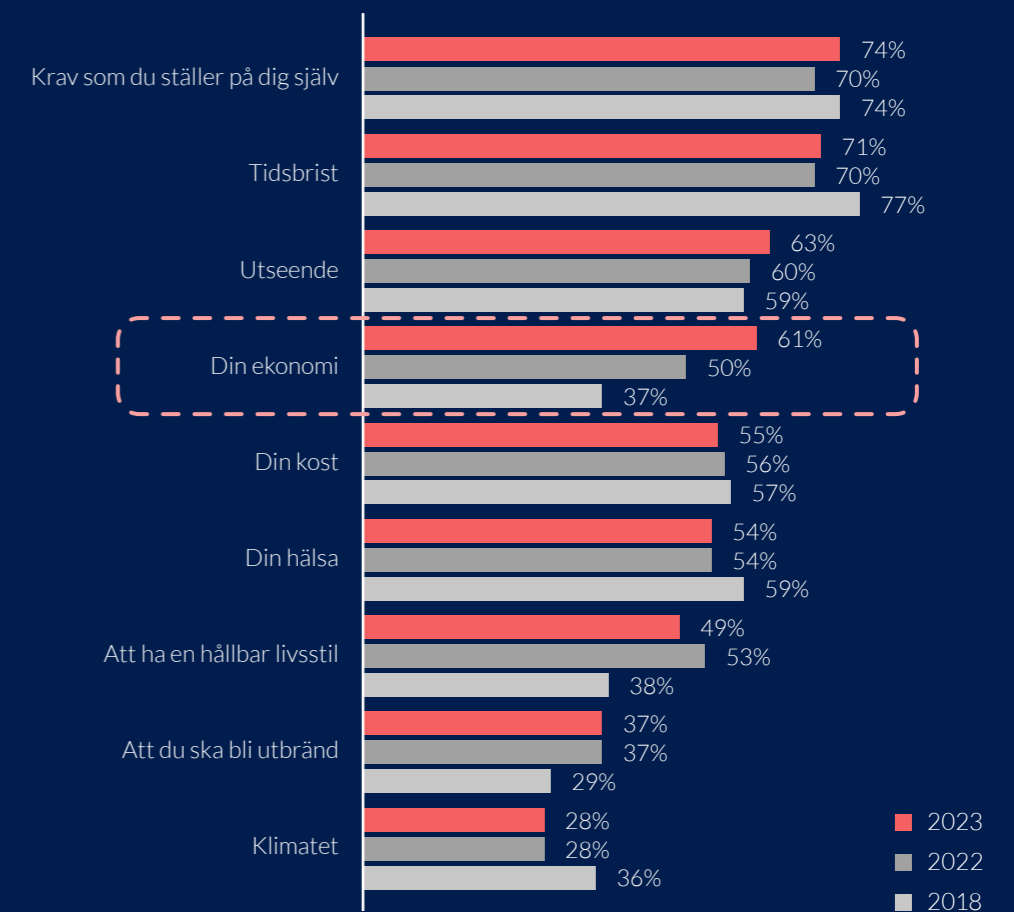
Fråga: Hur uppfattar du livet just nu?
Skala: "+2 - Tryggt" till "-2 - Otryggt"
Filter: Sammanslagning "+2 - Tryggt" och "+1"



Flervalsfråga: Vad är det viktigaste för dig just nu?
 Topp fem av 21 alternativ redovisas



Flervalsfråga: Under de senaste sex månaderna, ungefär hur ofta/sällan har du känt dig stressad över...?
Filter: Svarat "varje dag", "4-6 ggr/vecka" eller "1-3 ggr/vecka"



Närmsta kretsen är främsta prioritet

Generellt är unga idag mer familjetillvända än tidigare ungdomsgenerationer. De umgås gärna med familjen och lägger allt större vikt vid att vara hemma. En förklaring ligger i att många unga har en nära relation till sina föräldrar. Tre av fyra unga upplever att de står ganska eller väldigt nära sina föräldrar. Vidare är unga idag mer trygghetssökande än tidigare ungdomsgenerationer och söker sig därmed i större utsträckning till personer och platser där de känner sig trygga.

Viktigare med kompisar och husdjur

En positiv siffra: det ökade fokuset på nära relationer medför att antalet som säger att livet är rikt på vänner fortsätter att öka, även jämfört med innan pandemin. Fler unga är också intresserade av husdjur, både som trofast vän och symbol för trygghet?

"Med den osäkerhet som vi ser i och med krig, ökad brottslighet, samt det ekonomiska läget kan det bli en trend bland unga att värdera tid med vänner, partner och familj högre än tidigare"

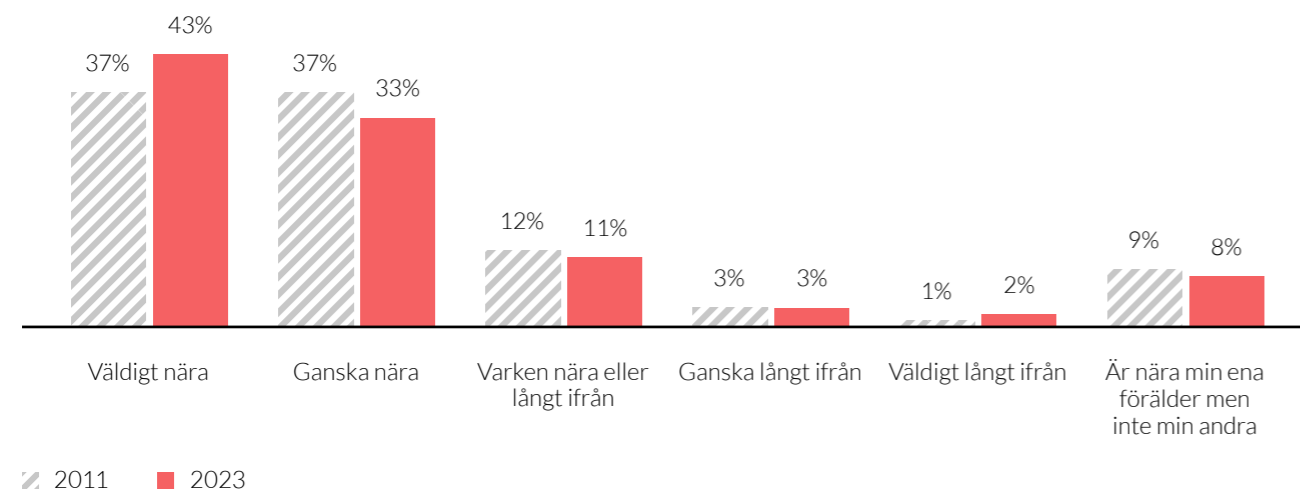
– Kille, 23 år om 2024 års stora trend



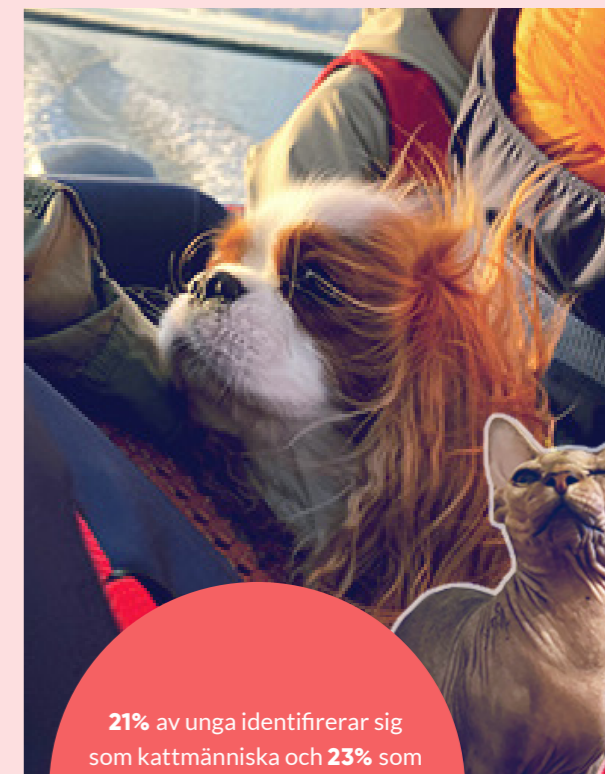
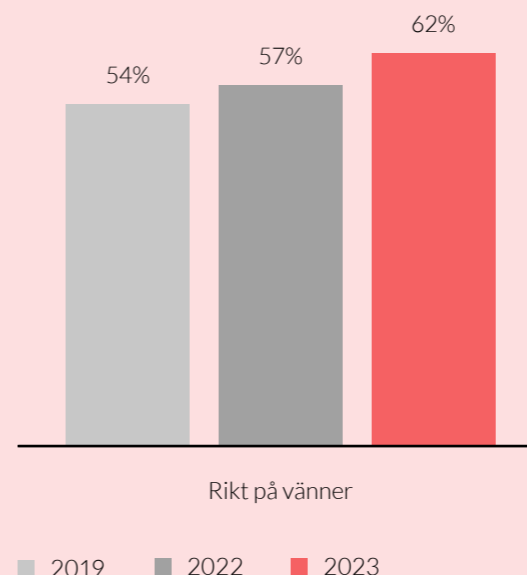
75%

Tre av fyra unga upplever att de står ganska eller väldigt nära sina föräldrar

Fråga: Hur nära skulle du säga att du står dina föräldrar?

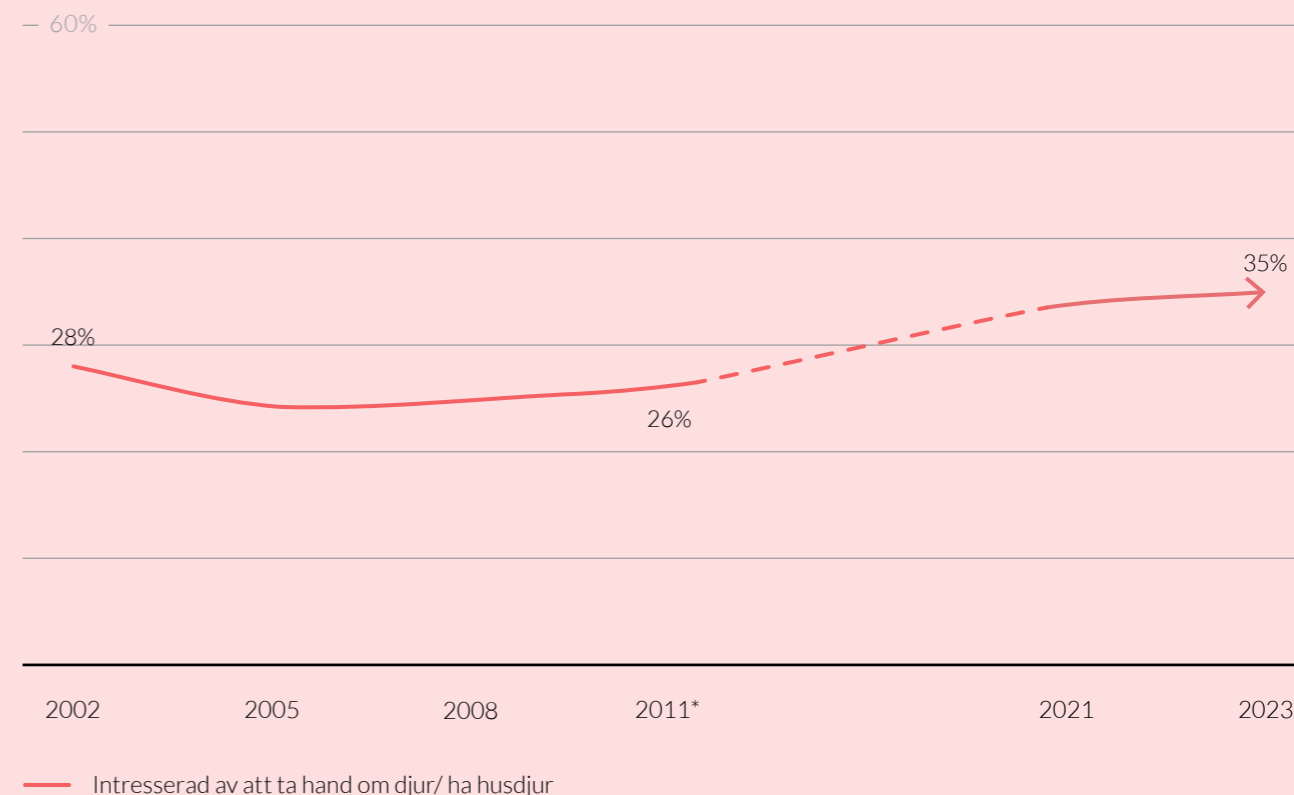


Fråga: Hur uppfattar du livet just nu?
Skala: "+2 – Rikt på vänner" till "-2 – Ensamt"
Filter: Sammanslagning "+2 – Rikt på vänner" och "+1"



21% av unga identifierar sig som kattmänniska och **23%** som hundmänniska. Tjejer identifierar sig som djurvänner i större utsträckning än killar.

Fråga: Hur stort är ditt intresse för att ta hand om djur/ha husdjur?
Filter: Svarat "5 – Mycket intresserad"



* Frågan ställdes inte mellan 2011-2021. Medelvärde mellan 2011 och 2021 har angetts för att komplettera grafen.

Träningsintresse och hälsoideal står sig starkt bland unga...

Kost och hälsa är typiska intressen för den medvetna Gen Z

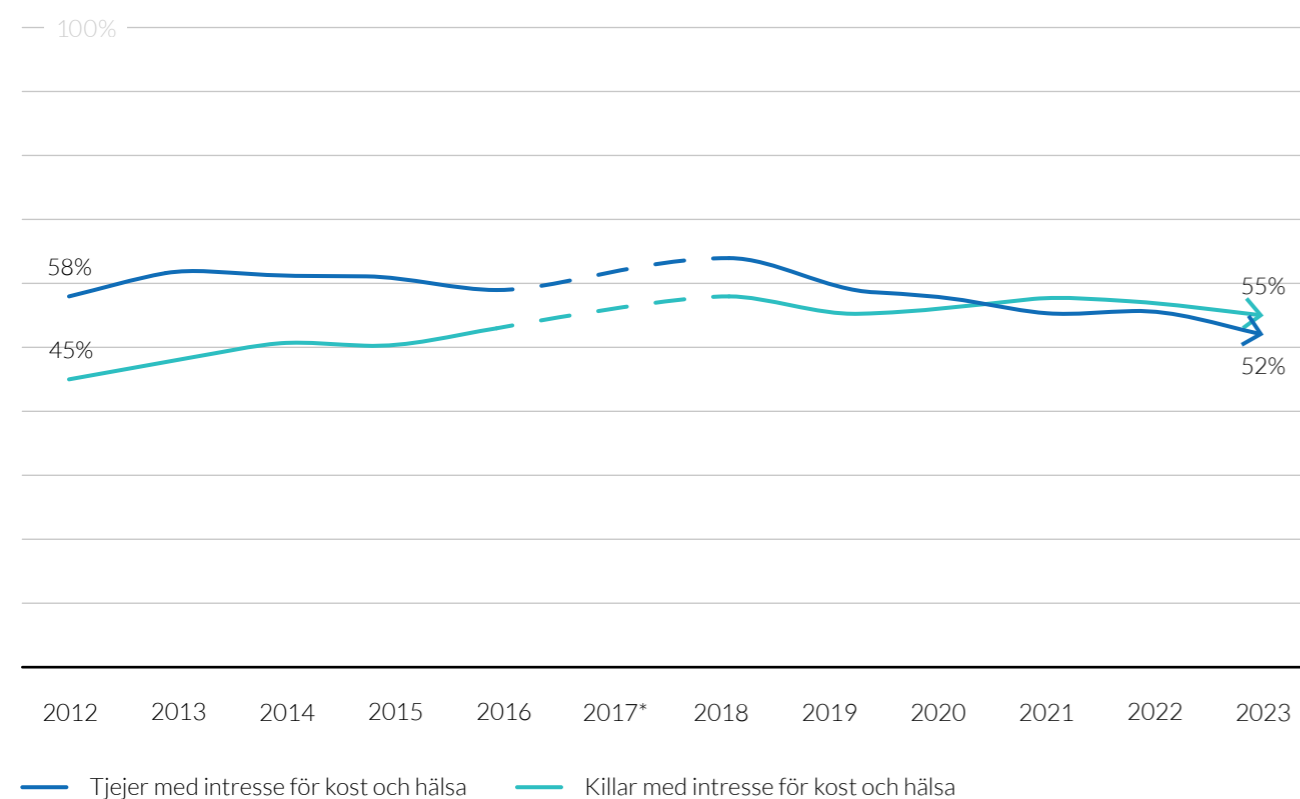
Intresset för kost och hälsa är så pass utbrett och stabilt över tid att man kan tala om det som ett typiskt drag hos ungdomsgenerationen. Över tid har killarnas intresse dessutom ökat, vilket gör att intresset idag är relativt jämt fördelat mellan tjejer och killar.

Träningsintresserade prioriterar idrottsutövandet i högre utsträckning – ytterligare ett tecken på fokus här och nu?

Träningsmänniska är det vanligaste begreppet som unga använder för att beskriva sig själva, och även om intresset för träning ligger stabilt ser vi att unga just nu prioriterar sitt idrottsutövande i högre utsträckning. Sannolikt också detta en effekt av att unga just nu vill fokusera mer på jaget och den egna tillvaron.

Fråga: Hur stort är ditt intresse för att kost och hälsa?

Filter: Svarat "4" eller "5 – Mycket intresserad"



* Frågan ställdes inte 2017. Medelvärde mellan 2016 och 2018 har angetts för att komplettera grafen.

...men allt fler vill vara livsnjutare

Livsnjutare – identitet eller ideal?

Det är förstås positivt att många unga lägger stor vikt vid hälsa men samtidigt vet vi att de rådande hälso- och utseendenormerna stressar många unga. Det är många ideal som unga försöker leva upp till, vilket gör kraven smått ouppnåeliga. I kombination med att många unga just nu också oroar sig för den egna ekonomin, och framtiden generellt, tycks allt fler inse att det kanske är dags att ge sig själv lite större utrymme för att njuta av livet. I årets mätning ser vi att fler än tidigare väljer att identifiera sig med begreppet livsnjutare. Detta fenomen handlar bland annat om att fokusera på det man själv kan påverka och skapa en motpol till de högt ställda krav som många unga har på sig själva. Huruvida de njuter så mycket av livet låter vi vara osagt men däremot är det tydligt att det är en strävan många har just nu.

Näst vanligaste identitetsbegreppet bland unga idag

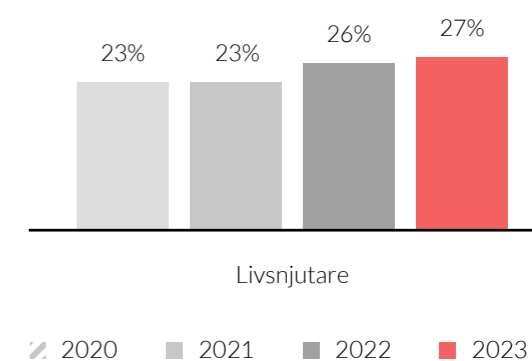
Över tid ser vi att andelen unga som beskriver sig själva som livsnjutare ökat från 23% 2020 till 27% i år. Fördelningen av livsnjutare är jämn både när vi ser till åldersgrupper och kön, vilket innebär att de återfinns inom hela ungdomspopulationen.

Något man är, eller vill bli?

Vad unga lägger i begreppet livsnjutare varierar beroende på vem vi frågar. I årets mätning kan vi dock se att de som beskriver sig som livsnjutare i större utsträckning uppfattar livet som roligt, tryggt och rikt på vänner jämfört med unga i stort. De ser även mer positivt på framtiden och är överlag mindre stressade, vilket tyder på att livsnjutarna har en mer avslappnad och positiv syn på tillvaron.

Fråga: Här kommer en lista med olika begrepp - vilka av dem tycker du passar för att beskriva dig?

Filter: Livsnjutare



Svårt ekonomiskt läge påverkar ungas konsumtionsbeteende

Kost och hälsa stabilt, mode upp och miljö ned

Kost och hälsa har vi konstaterat är ett intresse som står sig stabilt bland unga. Mode har stadigt ökat de senaste decenniet, i takt med allt större utbud och ökad individualism. Andra intressen på konsumtionssidan tar sig exempelvis uttryck i att unga i högre utsträckning tycker om att laga mat och gå på restaurang, och att vi har haft en stark konsumtionstrend inom såväl nyköp som secondhand kopplat till mode.

Just nu går billigt före grönt

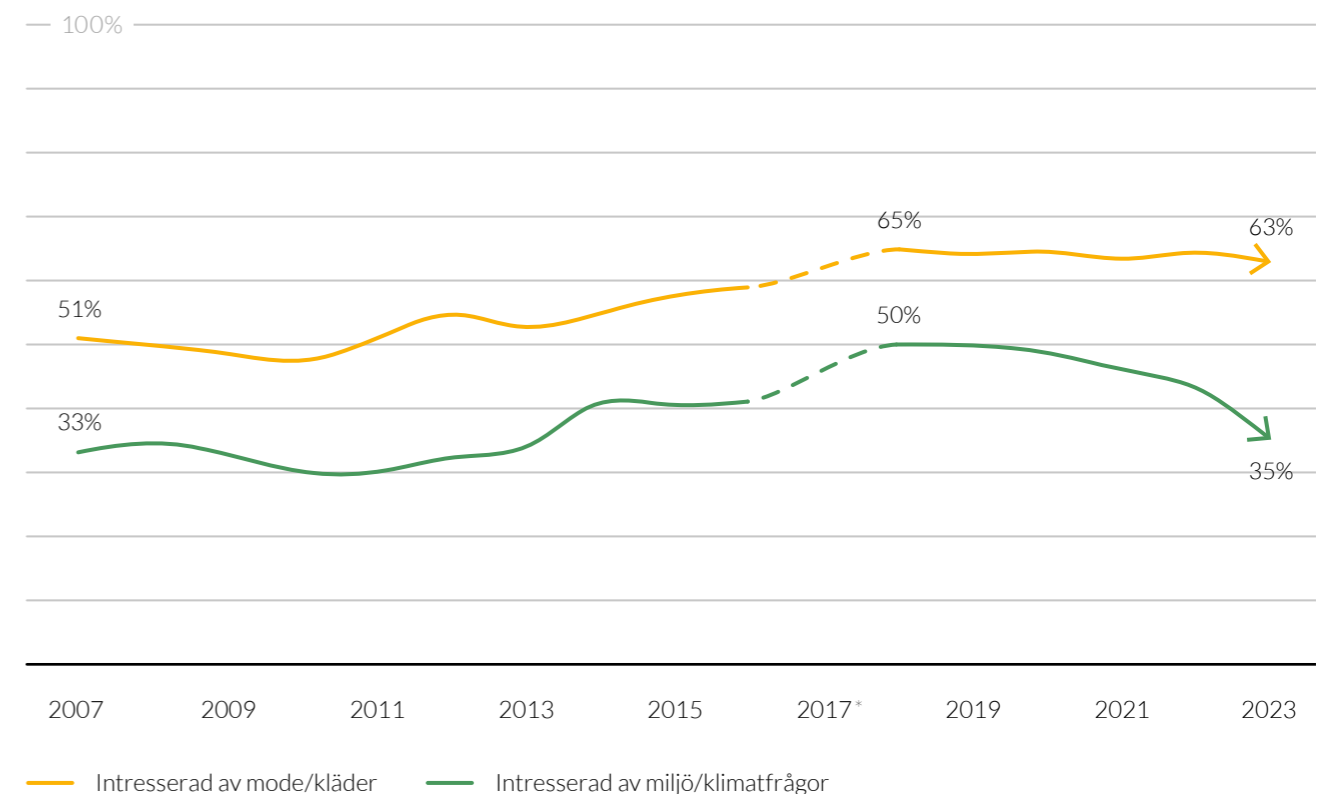
Unga har alltid varit en priskänslig målgrupp men en stor förändring vi ser just nu är att unga i betydligt högre utsträckning prioriterar ekonomiska argument framför miljöargument. Om plånboken tillåter väljer de fortfarande gärna hållbara alternativ, men just nu går billigt före grönt inom egentligen alla kategorier. Detta till följd av sämre ekonomiska förutsättningar och den generella utvecklingen mot att just nu släppa "de stora frågorna" som miljö och hållbarhet.

"För min del blir det mer ekonomiskt, då jag sällan bryr mig om att någonting ska "hålla länge" och ha bästa kvalitén då jag ändå ofta tröttnar på produkter och därför byter ut dem ofta. Alltså, jag kan lika väl köpa en billigare produkt även om den kommer vara av sämre kvalitet."

- Tjej, 20 år om fördelar med att handla på lågprisbutiker

Fråga: Hur stort är ditt intresse för mode/kläder? / Hur stort är ditt intresse för miljö/klimatfrågor?

Filter: Svarat "4" eller "5 - Mycket intresserad"



* Frågan ställdes inte 2017. Medelvärde mellan 2016 och 2018 angetts för att komplettera grafen.

REFLEKTION

Tankar efter årets studie

En stökig omvärld påverkar ungas syn på den egna tillvaron och framtiden

För den som betraktar årets resultat är det viktigt att påminna sig om att omvärldsläget har varit extra turbulent under tidpunkt för studiens genomförande. Förutom att unga under de senaste åren har mött ett antal parallella kriser med klimathot, pandemi, Ukraina och politisk och ekonomisk oro har hösten 2023 eskalerat i fråga om konflikter i omvärlden. Det påverkar givetvis hur unga ser på den egna tillvaron och framtiden. Generellt får det unga att känna större ovisshet – det är inte självklart vilka förutsättningar de kommer att ha för att bygga den egna framtiden. Ovissheten bidrar också till att unga känner större otrygghet och är oroad framförallt över sin ekonomi.

Ovisshet ger bränsle åt att agera och fokusera på det som ligger nära dem själva och nuet

Generation Z är en trygghetssökande generation som vill ha kontroll på läget. Kanske förklarar det många av de pragmatiska attityder och beteenden som vi ser i årets mätning, som att de prioriterar att tjäna pengar och fokusera på den närmsta sociala kretsen (familj, vänner, husdjur) för att trygga tillvaron både materiellt och socialt. Vi såg liknande tendenser redan förra året, men tydligt är att "de stora frågorna" och de stora stegen i livet får komma senare eftersom unga just nu har fullt upp med att hantera nuet.

Tuffare förutsättningar = större behov av livsnjutande?

Andra resultat som bekräftar att unga fokuserar mer på nuet är ett fortsatt stort intresse för träning, vilket på sitt sätt blir att ta hand om och agera på saker man själv kan påverka och att eftersträva välmående. På det temat ser vi i årets mätning också att fler unga värdesätter "livsnjutande" och att generellt sänka kraven om och när de kan – omvärlden är tillräckligt hård ändå just nu.

Än mer utdraget identitetsskapande och vuxenblivande?

Konsekvenserna av att agera på och prioritera det som ligger nära en själv och nuet innebär en större distans mellan unga och samhället i stort. Samhällsintresset och engagemang för de större frågorna får helt enkelt stå tillbaka. Frågan är om det kommer att studsa tillbaka när förutsättningarna ser annorlunda ut? Generation Z är ju trots allt uppvuxna med stor medvetenhet om och intresse för sin omvärld. Det är också intressant att fundera kring om identitetsskapandet och vuxenblivande blir ännu mer utdraget, givet att förutsättningarna för egen bostad, jobb och familjebildning förändras. Men det ser vi fram emot att få återkomma till i framtida studier och rapporter.



"Välinformerade, men också lättinfluerade"

– Kille, 22 år om dagens ungdomsgeneration

"Utseendefixerade, till viss del beroende av sociala medier som ger problematiska kroppsideal. Våldigt progressiva i olika idéer, som tex köpa på secondhand, acceptera sina medmänniskor och liknande"

– Kille, 22 år om dagens ungdomsgeneration

VILL DU VETA MER?

Generationsrapporten är vår bredaste rapport, och utgör ett destillat av insikter från vår största årligen återkommande studie. Baserat på samma studie sammanställer vi även ett antal temarapporter som går på djupet kring ungas attityder och värderingar inom följande områden:

Identitet, livsstil och hälsa

En fördjupning i Gen Z individen – hur beskriver de sig själva, vad är viktigast för dem i livet och vad betyder hälsa för dem? Rapporten innefattar allt det viktigaste för att förstå och förhålla sig till unga idag. I årets upplaga lägger vi extra fokus på ungas skärnhälsa och relationen till föräldrarna.

Samhälle, politik och engagemang

Tyckte du att innehåller i denna rapport var intressant är Samhälle, politik och engagemang fördjupningen för dig! Utöver politiska sakfrågor, skillnader mellan olika grupper och tankar inför EP-valet finns här också ett kapitel kring ungas engagemang.

Gymnasium

Gymnasievalet är ungas första stora framtidsval och påverkar alltifrån framtida yrkesmöjligheter och till högskolebehörigheter. Men det är också ett livsstilsval. Hur tänker unga inför gymnasietiden, hur ser på de på olika program och hur vill de helst ha information inför valet? Gymnasierapporten är A och O för alla som jobbar med gymnasieval och kompetensförsörjning.

Högskola

Högskolerapporten behandlar frågan kring vad unga vill göra efter gymnasiet, med fokus på högre studier och lärosäten. Varför och varför inte vill unga läsa vidare? Vad tänker det kring olika ämnesområden, hur påverkar trender inom andra områden och vad gör ett lärosäte attraktivt både ifråga om kommunikation och innehåll?

Arbetsliv

Flexibilitet? Stabilitet? Eller kanske framförallt personlig utveckling? I Arbetslivsrapporten går vi på djupet kring ungas inställning till arbetslivet, både utifrån perspektivet hur de vill jobba och inom vilken bransch. Vi fokuserar både på de mer långsiktiga trenderna såväl som det som vuxit fram de senaste åren ur omvärldsoro, AI och långkonjunktur.

Mat och måltider

Hur ser egentligen ungas mat- och dryckesvanor ut? Vi djupdyker i ungas förhållningssätt till kosten och vad det är som påverkar deras val. Hur uttrycker sig dessa attityder och beteenden i matbutiken? Vi kollar också lite extra på vad unga äter och dricker till frukost och mellan måltider.

Hållbarhet

Hur förhåller sig unga till hållbarhetsfrågan ur ett konsumtionsperspektiv såväl som samhällsfråga? Vi tittar närmare på vilka företag och aktörer unga anser vara hållbara idag, hur definitionen av hållbarhet har ändrats över tid och vad de tror kommer hända framåt på hållbarhetsområdet.

Ekonomi och konsumtion

Hur funkar en Gen Z konsument? Vi analyserar behov, drivkrafter och beteenden som definierar dagens unga konsumenter. Vi fördjupar oss i deras ekonomiska beteenden – vad de lägger pengar på och de förhåller sig till sin privatekonomi. Är dagens unga generation spara eller slösa?

Varumärken, reklam och sociala medier

Djupdyker i ungas relation till varumärken – vad är det egentligen som engagerar unga konsumenter? Och vad får man inte göra som företag? Vi kikar på var man når unga med reklam idag och hur deras sociala medieanvändning ser ut just nu. Allt man behöver veta för att nå ut till dagens unga.

Tycker du att det känns mörkt?

Det finns många oroväckande resultat i årets studie, särskilt inom samhällsområdet, och även om det riskerar att befästa en negativ bild tycker vi det är viktigt att synliggöra utvecklingen för att andra förhoppningsvis ska kunna möta och agera på den. Samtidigt är verkligen inte allt deppigt bland unga – för de flesta fortgår livet ungefär som vanligt med skola, fest och nya relationer, och långt ifrån alla går dagligen och oroar sig för framtiden.

Vill du ha lite mer positiv läsning rekommenderar vi att du laddar ner vår trendrapport på ungdomsbarometern.se



UNGDOMSBAROMETERN ÄR SVERIGES STÖRSTA UNGDOMSSTUDIE

- Ungdomsbarometern, som är vår största enskilda studie, besvaras årligen av ungefär 15 000 15-24-åringar i Sverige. Det är som att varje år få fylla hela Avicii Arena med ungdomar och få prata med varenda en!
- Respondentbasen motsvarar ca 2% av ungdomssverige. Det vill säga att 1 av 50 av Sveriges ungdomar deltagit i studien
- Ungdomsbarometern 2024 har genererat över 10 miljoner unika datapunkter
- Vissa frågor i studien har ställts sedan tidigt 90-tal. Det innebär att vi inte bara kan se hur attityder förändrats under några års tid, utan faktiskt jämföra hur det sett ut mellan olika ungdomsgenerationer!
- Frågor och analys som görs inom ramen för denna studie hämtar inspiration och kunskap från omvärldsbevakning, forskning, dialoger med våra uppdragsgivare och intressenter - och framförallt genom att kontinuerligt möta unga
- Under 2023 har vi vid sidan om våra digitala enkätinsamlingar träffat unga i skolor och föreningar, i digitala forum, på musikfestivaler, gamingevents och mässor - för att nämna några exempel
- Utöver Ungdomsbarometern genomför vi årligen ett 50-tal andra studier bland unga och andra målgrupper, och hundratals olika analyser

Att tänka på vid tolkning av årets resultat:

- Studien har samlats in under 5 oktober – 23 november 2023, vilket är precis under samma tidpunkt som krigsutbrottet mellan Israel och Palestina. Tolkning av resultaten i årets upplaga av Ungdomsbarometern bör därför göras med vetskap om att omvärldsoro kan ha präglat ungas tillvaro extra mycket under insamlingstillfället. Vi tror att detta bidrar till att förstärka en del trender som varit på gång sedan tidigare. Vi såg samma tendenser för ett par år sedan då ungas tillvaro präglades av pågående covid-pandemi och hårda restriktioner.
- För att bättre nå unga och öka deras svarsbenägenhet i enkätstudier har vi i år valt att i större utsträckning än tidigare skicka ut enkäten per sms, som komplement till mail. Detta har gett positiv effekt i fråga om att nå unga men innebär också en framgångsrik metodförändring då vi lyckats få en bättre spridning i målgruppen.

Fakta om undersökningen:

Intervjumetod: Digital enkätundersökning (anpassad för smartphone, desktop, surfplatta)

Målgrupp: Unga i Sverige 15-24 år

Fältperiod: 5 oktober - 23 november 2023

Antal intervjuer: 15 008 st

Urvalsmetod: Den absoluta majoriteten av respondenterna är slumpmässigt rekryterade genom register baserade på CSN och SPAR. Sett till metod arbetar Ungdomsbarometern med ett s.k. kvoturval. Det innebär i vårt fall också att vi använder flera olika insamlingskällor och anpassade urvalsramar för att i så representativ skala som möjligt återge hela ungdomspopulationen med avseende på några av dess viktigaste egenskaper. Eftersom studien är baserad på flera urvalsramar (s.k. multisourcing) och urvalet i sin helhet inte är slumpmässigt genomför vi i enlighet med metodpraxis inte några signifikanstester eller bortfallsanalyser. Metoden är i stort också samma mellan åren, även om de digitala svarsvarianterna med tid ökat.

Viktning: Resultaten är viktade på kön, ålder och region enligt den senaste befolkningsstatistiken från SCB.



