



# GENERATION Z



ungdoms  
barometern



## *Ungdomsbarometern är Sveriges ledande analysföretag inom områden som påverkas av vad unga tycker, tänker och gör!*

Ungdomsbarometern (UB) har sedan 1991 arbetat med att kartlägga attityder och beteendemönster bland svenska ungdomar. Våra uppdragsgivare återfinns inom ett brett spektrum av branscher, och innefattar allt från statliga myndigheter och verk till konsumentvaruföretag, mediehus, högskolor och stora arbetsgivare.

Varje år genomför Ungdomsbarometern Sveriges bredaste ungdomsstudie, som passande nog heter just "Ungdomsbarometern". Här låter vi tiotusentals unga i åldern 15-24 år från hela landet berätta om allt ifrån intressen, kost- och hälsovanor, synen på utbildning, tankar om ett framtida arbetsliv, mediavanor och vad som är viktigt i deras sociala liv. Resultatet analyseras och sammanställs i ett flertal rapportområden. Ungdomsbarometern 2021 finns sammanställd i temarapporterna:

- **GENERATION, LIVSSTIL & SAMHÄLLE**
- **GYMNASIUM**
- **HÖGSKOLA & UNIVERSITET**
- **YRKESHÖGSKOLA**
- **ARBETSLIV & FACK**
- **MAT & MÅLTIDER**
- **KOMMUNIKATION & REKLAM**
- **KONSUMTION & EKONOMI**
- **HÄLSA, IDROTT & MOTION**

Vad vi kan hjälpa dig med:

- *Kvantitativa studier*
- *Kvalitativa studier*
- *Föreläsningar & workshops*
- *Rådgivning & konsultation*

# VILKA ÄR GENERATION Z ÅR 2021?

**Förra året introducerade vi en djupdykning i Generation Z, det begrepp som gått vinnande ur striden bland många andra för att beskriva unga idag, då den föregående ungdomsgenerationen "Millennials" blivit (unga) vuxna.**

Årets studie är minst lika spännande och viktig, eftersom den genomförts mitt under pandemin. För ur ett framtidsperspektiv är en grupp som spenderar delar av sina mest formativa år under så speciella förhållanden extra relevant att studera. Vissa vill faktiskt redan kalla dem "Generation Corona" men riktigt där inte vi än – värderingar är trögrörliga och sedan 50-talet har vi faktiskt bara fyra "stora" generationer.

Generation Z har redan tidigare utmärkt sig från andra ungdomsgenerationer i att ha större oro och dystrare framtidssyn, vilket i många avseenden förstärkts 2020. Förutom perspektiv som politisk oro, klimatkris, och förändrad arbetsmarknad så är de nu också en generation som fått uppleva att skolan övergick till att skötas på distans, att studentfiranden uteblev, att fokus på ett års resande utomlands efter gymnasiet hastigt

förbyttes till högskolestudier och att det plötsligt inte längre var en självklarhet att få ett jobb direkt efter utbildningen. Många säger att unga är en grupp som inte drabbats så hårt av pandemin, men det stämmer egentligen bara om man ser till själva sjukdomen. I många andra avseenden är unga en av de hårdast drabbade grupperna.

Beskrivningen av vad som sett annorlunda ut för unga 2020 kan låta dyster, men frågan är hur de här förändringarna egentligen har påverkat. Detta om något är själva kärnfrågan i årets återkommande studie bland över 18 000 15-24-åringar som presenteras i denna rapport, men också i många av de andra både kvantitativa och kvalitativa studier bland totalt 50 000 unga som vi genomfört under 2020.

Vissa av de förändringar vi ser har varit pågående sedan tidigare; andra är trendbrott som skett just i år, mot bakgrund av Corona-pandemin. Många av resultaten handlar om förhoppningar att kunna återgå till att resa och umgås och exempelvis inom festområdet anar vi såtillvida ett trendbrott från de senaste årens låga

festintresse. Fokus på hållbarhetsfrågor och mänskliga rättigheter tror unga annars kommer fortsätta att öka. Utifrån resonemangen anar vi att året som gått gett många en del att reflektera över, det tycks finnas en vilja att prioritera om och göra sig av med "dåliga" vanor, och rikta fokus mot saker som är viktigt "på riktigt".

Den rapport du håller i din hand innehåller ett urval av resultat från vår största studie under hösten 2020, men analysmässigt har vi så klart hämtat input från alla projekt vi genomför. Syftet är dels att precis som tidigare fördjupa förståelsen av Generation Z, dels att mer specifikt peka på förändrade värderingar och attityder som pandemin kan tänkas ge upphov till. Att tolka resultaten från denna typ av studie under en pågående pandemi ska man samtidigt vara ödmjuk inför. Saker har förändrats snabbt och kommer fortsätta att så göra.

**Trevlig läsning!**

*2 Februari 2021, Stockholm*

*Ulrik Hoffman, Jessica Åkerström och Sofie Jonsson*

# INNEHÅLL

<b>SAMHÄLLSINTRESSE OCH FRAMTID</b>	5
<b>FAMILJ, HÄLSA OCH TILLVARO</b>	16
<b>FRAMTIDSSPANING</b>	27

## *Så läser du rapporten:*

I avsnittet *Samhällsintresse och Framtid* tittar vi närmare på hur unga ser på sin egen och samhällets framtid. Vi visar vilka samhällsfrågor som är viktigast för unga idag och hur pandemin påverkat deras framtidsplaner.

I avsnittet *Familj, Hälsa och Tillvaro* visar vi hur familjen och kompisarna är fortsatt viktiga för en generation som växer upp i en osäker omvärld och uttrycker allt större behov av trygghet. Vi tittar också närmre på vad som händer med intresset både för hälsa och att festa.

I sista avsnittet *Framtidsspaning* låter vi 10 000 svar kring vad som blir 2021 års stora trend tala för sig själva, samtidigt som vi kategoriserar och också fångar upp några av de lite smalare och tillfälliga trender som också framkommer i svaren.

*Kapitel 1*

# SAMHÄLLSINTRESSE OCH FRAMTID

# SAMHÄLLSINTRESSE OCH FRAMTID

## Engagerade, på deras egna villkor

Det kan vara lätt att tro att dagens ungdomsgeneration inte är så engagerade när man ser till de utmaningar som finns att rekrytera och behålla unga till olika medlemsorganisationer. Faktum är att unga idag har ett politiskt intresse som ökat över tid. Ökat valdeltagande bland förstagångsväljare bekräftar detta. Ungas intresse och engagemang drivs ur sakfrågor, oftast fler än en. Det digitala landskapet har öppnat upp för unga att både informera sig och engagera sig på ett helt annat sätt, och på flera sätt, i sådant som rör deras intressen.

## Samhällssyn präglad av oro

Över tid har ungas syn på samhällets framtid blivit allt dystrare. Det kanske inte är så konstigt att unga känner att samhällets framtid ser dyster ut när de senaste åren handlat mycket om klimatkris, politisk oro och nu en pågående pandemi.

Sjukvård toppar som viktigaste samhällsfrågan för unga i årets mätning. Det tillsammans med att motverka rasism hör till de områden som har ökat sedan 2019. Sannolikt har pandemin och anti-rasistiska rörelser gjort avtryck.

## Många ser ljusst på sin egen framtid, men senaste året har skapat osäkerhet

Trots att unga uttrycker oro för både samhället och livet så som det ser ut just nu, så ser de flesta ganska ljusst på sin egen framtid. Till viss del kan det handla om att det är ett perspektiv som handlar om vad som sker på sikt – vilket ingen kan sia om egentligen.

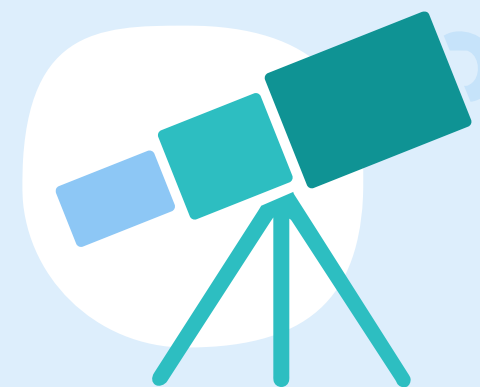
Just i årets mätning ser vi dock ett trendbrott – även om unga haft en stadigt ökande tilltro till möjligheterna att påverka sitt eget liv och framtid så ser vi nu en nedgång jämfört med förra året. Sannolikt är detta en ytterligare effekt av Coronapandemin. Det senaste året har för unga inneburit många inskränkningar i vardagen med distansutbildningar, uteblivna studentfiranden och andra förutsättningar för jobb, resor och vidareutbildning. Framtiden har blivit ännu mer oviss.

## Ovisshet påverkar ungas framtidsplaner

Ovissheten som följt av Coronapandemin har också påverkat hur unga planerar för sin framtid. Bland annat möjligheter till jobb under eller direkt efter utbildningen, minskade möjligheter att resa påverkar

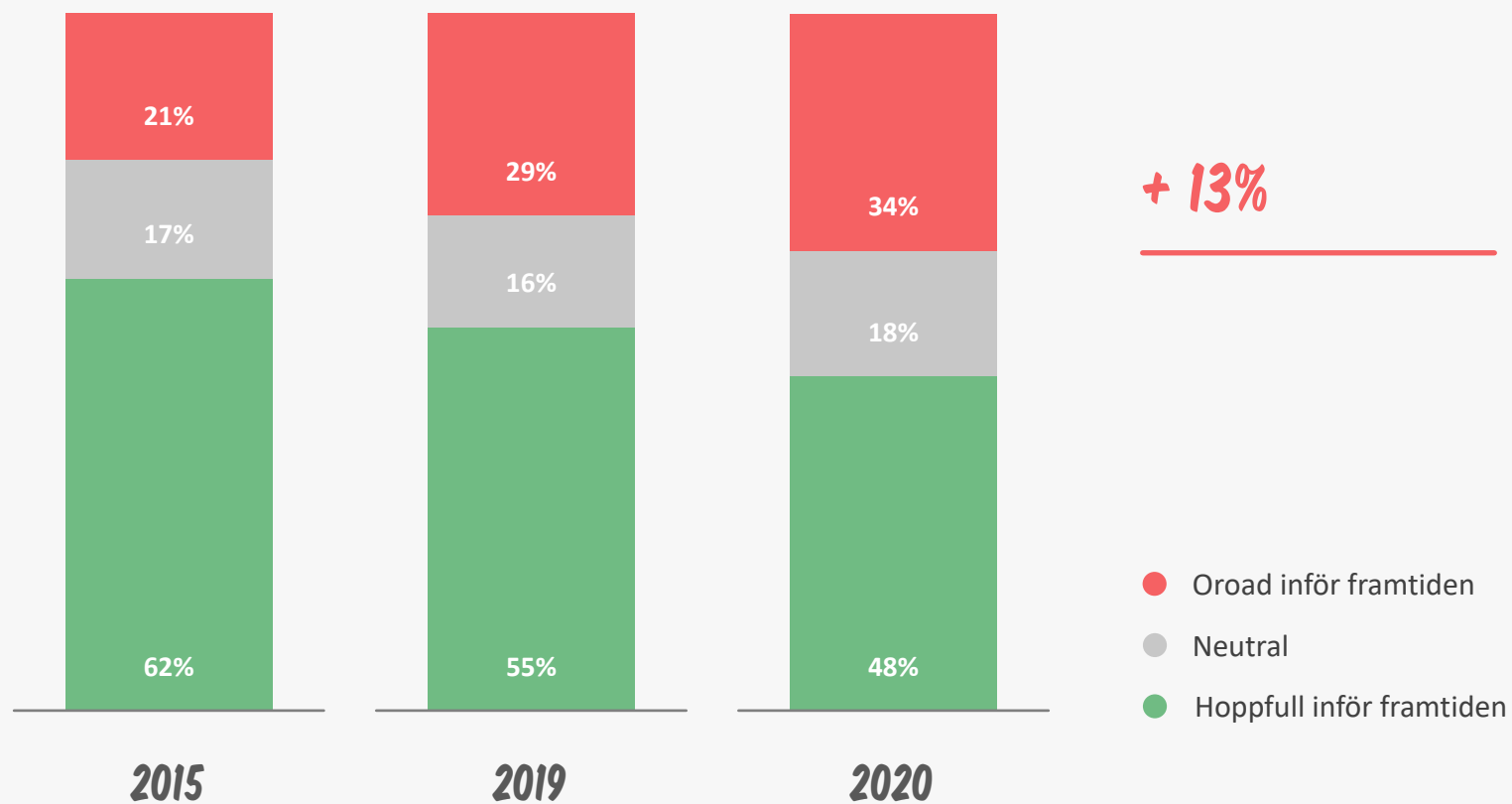
## CORONAPANDEMIN HAR OCKSÅ PÅVERKAT HUR UNGA PLANERAR FÖR SIN FRAMTID

synen på utbytestermener, sabbatsår och att bo utomlands. Flera fokuserar på utbildning, antingen genom att plugga vidare tidigare än tänkt, eller plugga något annat än vad som var tänkt från början.



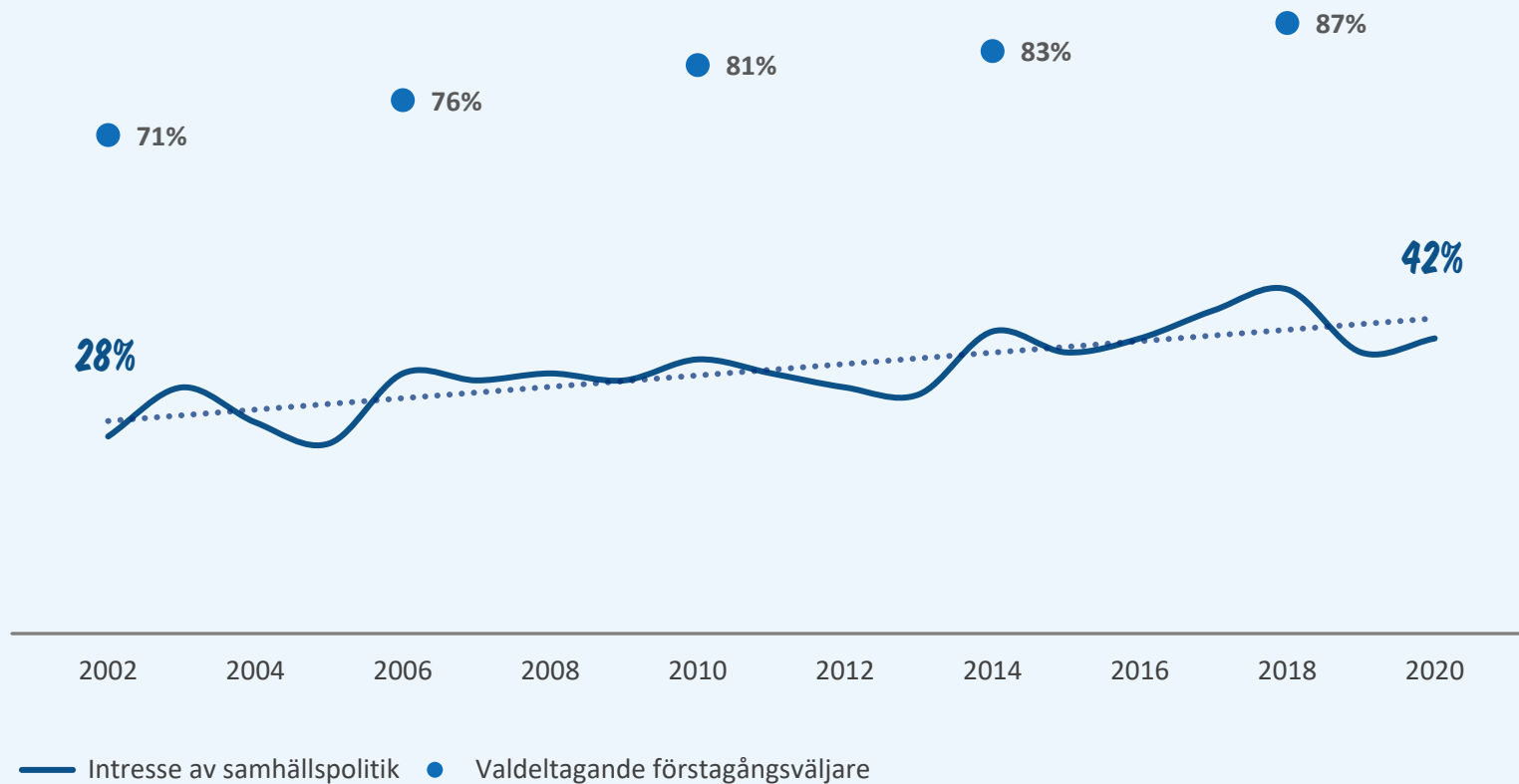
Samhällsintresse och framtid:

## ORON INFÖR FRAMTIDEN HAR ÖKAT UNDER 2020



Samhällsintresse och framtid:

# STORT INTRESSE FÖR SAMHÄLLSPOLITIK – MEN NÅGOT LÄGRE ÄN VALÅRSTOPPEN 2018



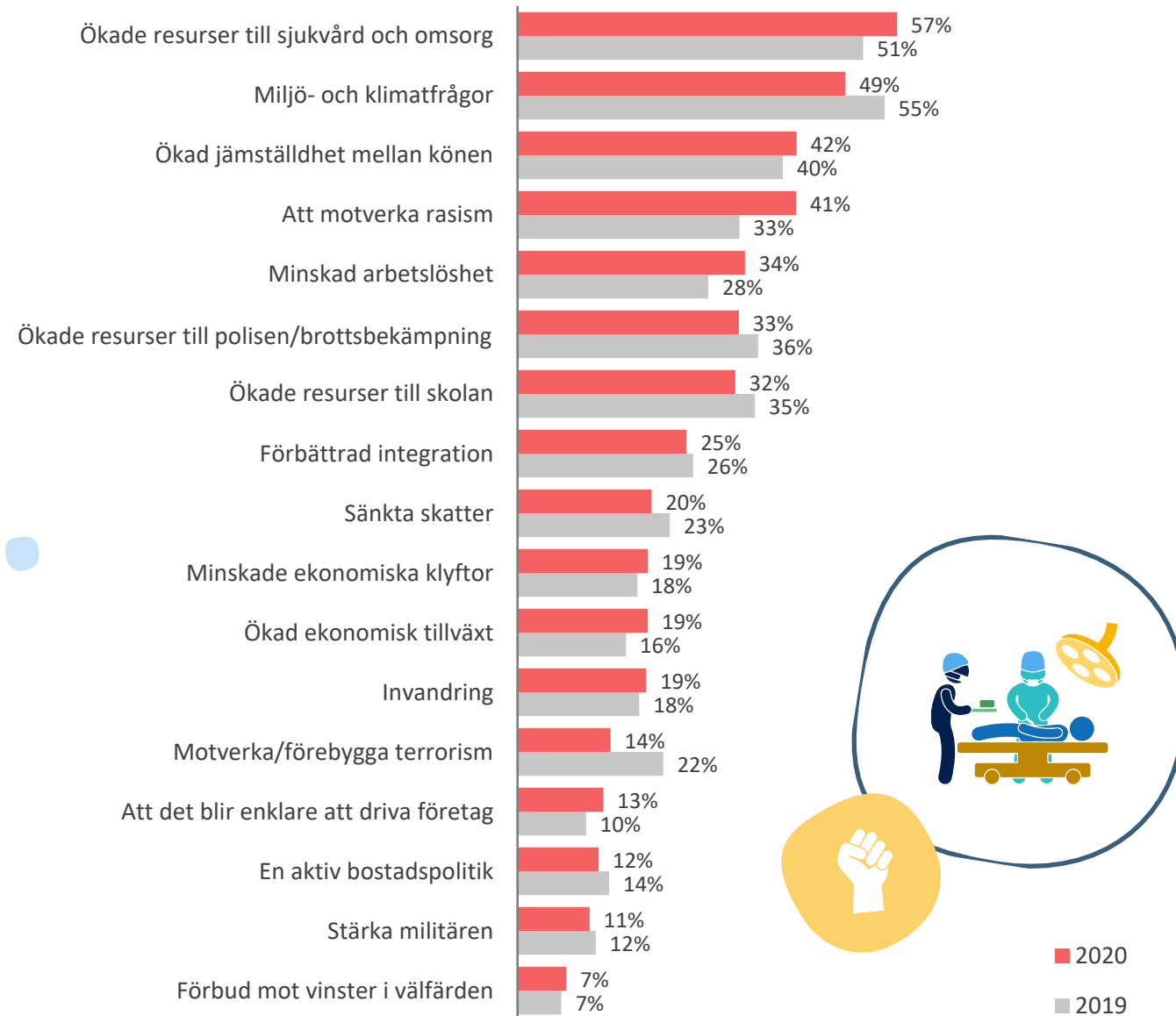


Samhällsintresse och framtid:

# SJUKVÅRDEN, DEN VIKTIGASTE SAMHÄLLSFRÅGAN FÖR UNGA

Sjukvården har tagit över miljö- och klimat som den viktigaste samhällsfrågan för unga. Men även anti-rasistiska rörelser och ökad ungdomsarbetslöshet har gjort avtryck. Detta kan sannolikt förklaras av pandemin och BLM-rörelsen.

Att sjukvården blivit viktigare under pandemin förvånar förmodligen inte någon, men även ungdomsarbetslösheten är (tyvärr) en fråga som gjort comeback. Inte minst i många branscher där unga får sina första jobb, såsom detaljhandel, restaurang och turism är arbetsmarknaden tuff. I övrigt engagerar dock den ekonomiska politiken inte lika många som sakfrågor kopplat till miljö, klimat och antirasism vilket är ett fenomen vi sett länge.



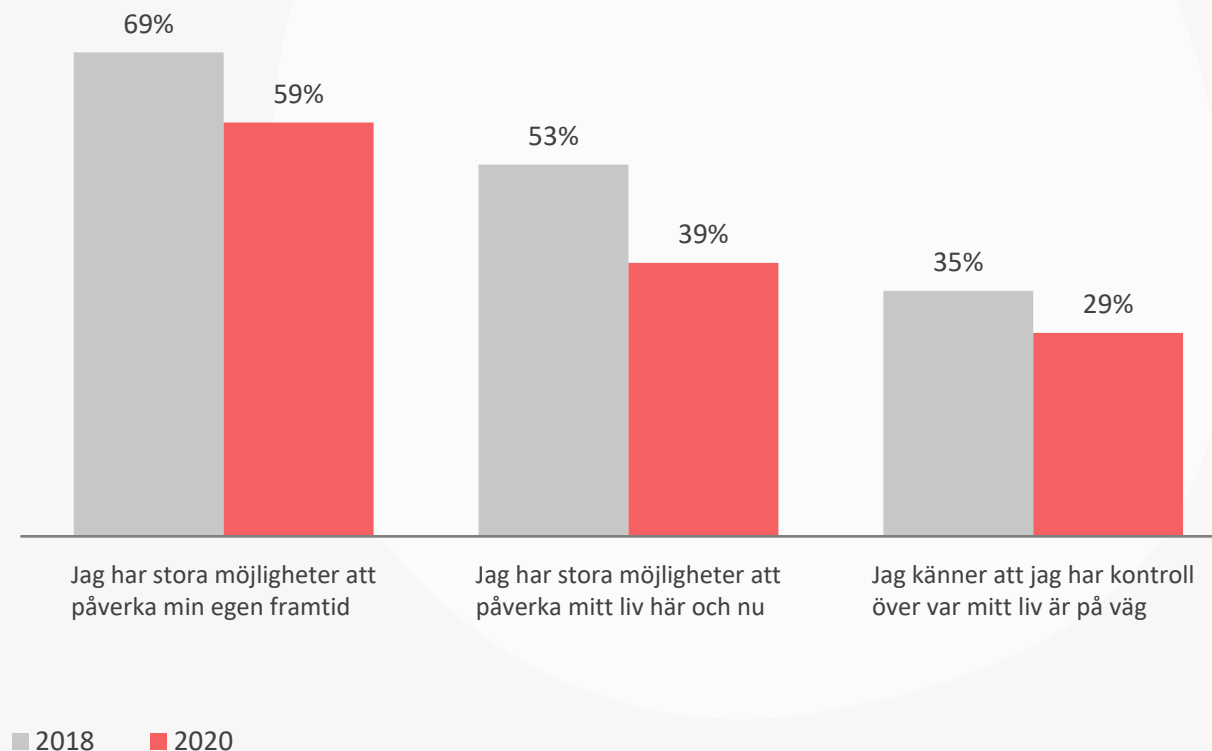
Samhällsintresse och framtid:

## SÄMRE MÖJLIGHETER FÖR UNGA ATT PÅVERKA SITT LIV – BÅDE PÅ KORT OCH LÅNG SIKT

Efter att ha ökat under fler år, syns ett trendbrott i frågan om ungas syn på sina möjligheter att påverka sitt liv och sin framtid.

Känslan av att kunna påverka tillvaron och sin egen framtid har varit viktig för förståelsen för Generation Z och även Millennialers dessförinnan, som ju båda pekas ut som individualistiska generationer. Detta har till viss del kompensert för deras relativt mörka syn på samhällets framtid.

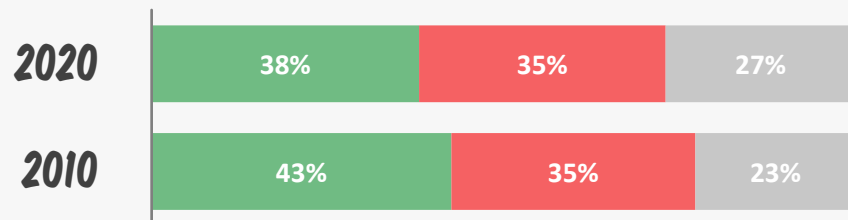
Därför är det inte utan viss oro vi kan konstatera att andelen som instämmer helt minskar i samtliga tre frågor till vänster sedan vi senast mätte. Till största delen sker en omflyttning till alternativet "instämmer delvis", men nedgången är samtidigt bred och syns i de flesta demografiska grupper.



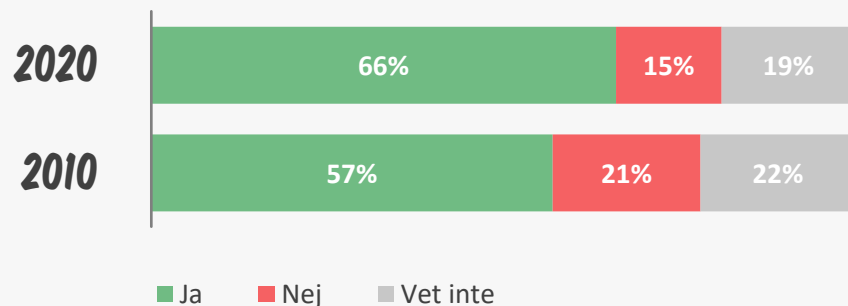
Samhällsintresse och framtid:

# MINSKAT INTRESSE FÖR ATT BLI POLITIKER – MEN ÖKAT FÖR ATT SKÄNKA PENGAR

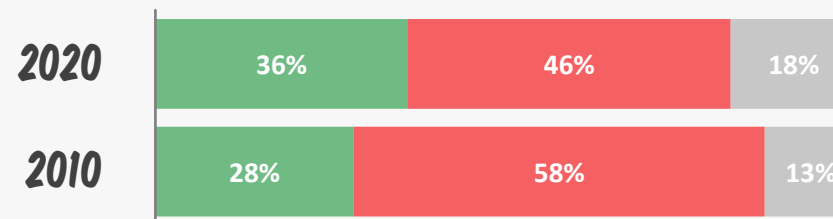
Delta i en demonstration (IRL):



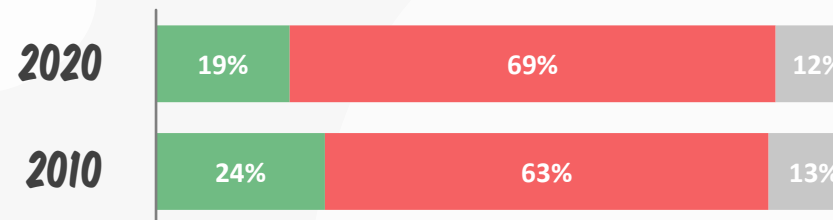
Skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål:



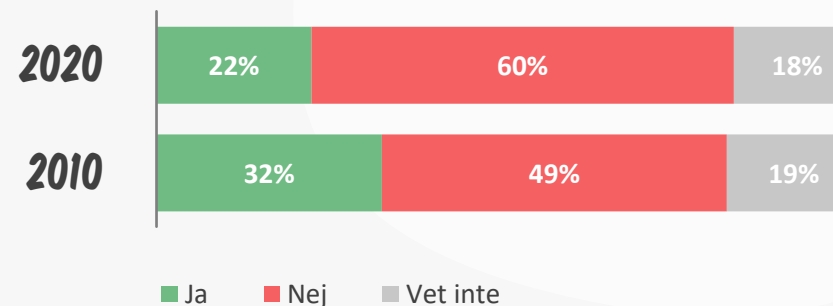
Göra frivillig militärtjänst:



Bli politiker:



Gå med i ett politiskt förbund/ungdomsförbund:

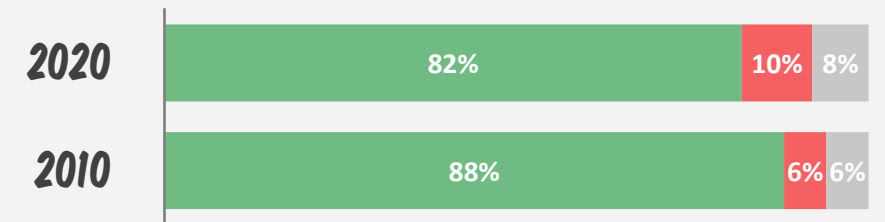




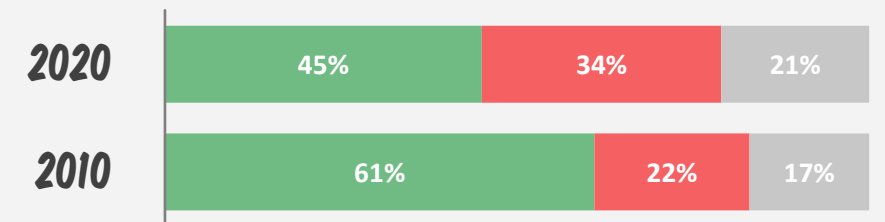
Samhällsintresse och framtid:

## FÄRRE UNGA KAN TÄNKA SIG ATT BO ELLER ARBETA UTOMLANDS

Åka utomlands och jobba under en period:



Bo utomlands permanent:

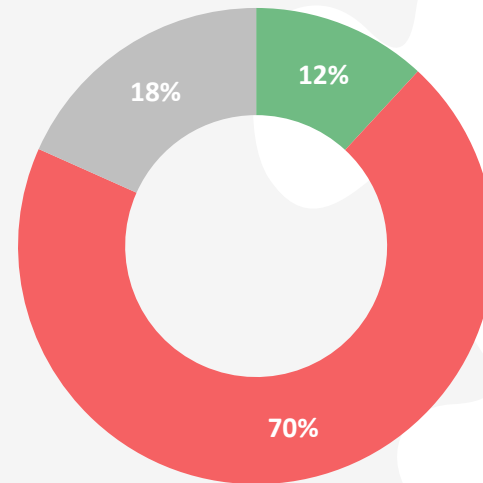


■ Ja ■ Nej ■ Vet inte

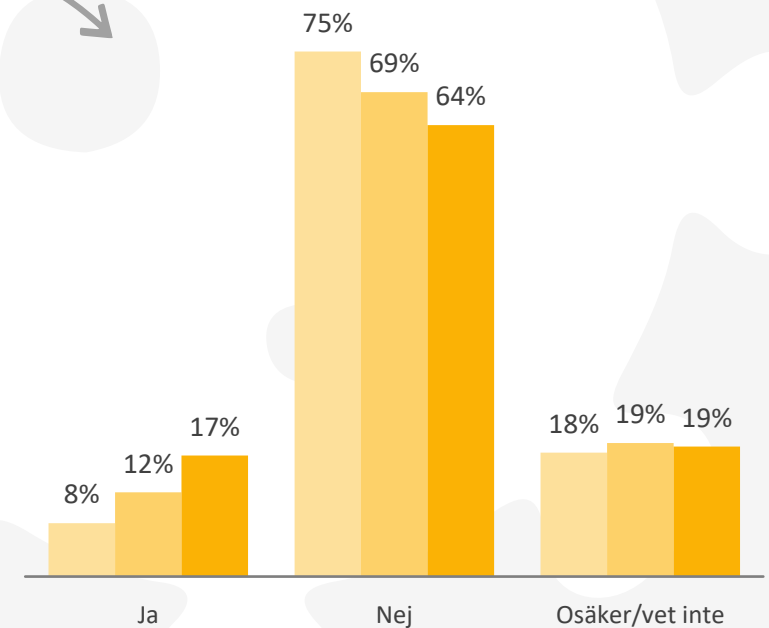
Samhällsintresse och framtid:

# 1 AV 8 GYMNASIEELEV HAR ÄNDRAT SINA FRAMTIDSPLANER PÅ GRUND AV CORONA

Coronapandemin har påverkat gymnasieungdomar på många sätt, där vardagens vänts upp och ned i och med distansundervisningen och många ändrat sina framtidsplaner.



■ Ja ■ Nej ■ Osäker/vet inte



■ åk. 1 ■ åk. 2 ■ åk. 3



*Samhällsintresse och framtid:*

## **SÅ HAR UNGAS FRAMTIDSPLANER PÅVERKATS AV PANDEMIN:**

**Som vi sett i detta kapitel tycks pandemin framförallt ha bidragit till att eleverna tänker mer på skolan och framtiden, snarare än att de ändrat sina prioriteringar helt och hållet.**

I studien finns också många öppna svar kring hur vardagen och framtiden påverkats:

- Möjligheter till extrajobb, sommarjobb under studierna och arbete direkt efter studenten har påverkats, vilket tvingat många att tänka om
- Avsaknad av möjligheter att tjäna pengar samtidigt som pandemin fortfarande pågår har också påverkat hur unga ser på både resor, utbytesresor och sabbatsår
- Svårigheter att få jobb och resa medför att många planerar att påbörja vidare studier tidigare än de annars tänkt
- Dessutom uppger många att de planerar att söka sig till yrken som uppfattas som trygga och säkra även i kristider

*”Det har påverkat mina tankar på att resa samt gjort så att jag börjat fundera på ifall jag borde börja studera direkt efter trots att jag alltid velat ta minst ett år ledigt”*

*– Elev åk3, naturvetenskapliga programmet*

*”Före så ville jag ta ett sabbatsår mellan skolans slut och innan jag började plugga igen, men nu känner jag för att göra mig klar så fort som möjligt för att kunna få mitt drömjobb.”*

*–Elev åkl, Vård- och omsorgsprogrammet*

*”Mina möjligheter att studera och jobba har påverkats grovt av Corona. Jag har inte kunnat ta mig dit eller kunnat utforska jobbmöjligheter då riskerna med Covid-19 har varit för stora.”*

*– Elev åk2, Estetiska programmet*

*”Jag hade tänkt söka deltidsjobb nu under helger och lov, men Corona gör det svårt att anställa minderåriga då man fokuserar på att inte öka arbetslösheten i samhället.”*

*– Elev åk2, naturvetenskapliga programmet*

*”Har upptäckt att saker och ting kan skakas om rejält på kort tid, har därför även bidragit till att jag hellre ser till att satsa på högre utbildning då de generellt verkar ha klarat sig bäst under krisen jämfört med exempelvis lågutbildade”*

*–Elev åk3, Naturvetenskapliga programmet*

*”Jag kan inte ÅKA på studieresor och det är nu svårare att få jobb så jag ska nu satsa hårdare på mina betyg så att jag har en stadig och stabil grund när den här pandemin har lugnat sig”*

*– Elev åk2, Ekonomiprogrammet*

*Kapitel 2*

# FAMILJ, HÄLSA OCH TILLVARO



# FAMILJ, HÄLSA OCH TILLVARO

## *Kompisar och familj fortsatt viktiga*

Vi vet sedan tidigare att Generation Z är en ungdomsgeneration som tycker rätt bra om att umgås med sina föräldrar. I årets mätning ser vi att Coronapandemin bidragit till att förstärka många långsiktiga trender, bland annat att familjens betydelse fortsätter att öka, liksom att vara med kompisar och att göra bra resultat i skolan. Det kan handla dels om trygghetssökandet som karaktäriserar Generation Z. I tider av osäkerhet kring jobb och bostad är det viktigt att ha föräldrarnas stöd, och än viktigare när en pågående pandemin gör framtiden ännu mer oviss.

## *Begränsade möjligheter påverkar vad som är viktigt just nu – och på sikt*

Att tjäna pengar och resa minskar i betydelse i årets mätning, något som följer naturligt av begränsade möjligheter till följd av pandemin just nu (resa, få ett extrajobb, plugga som det var tänkt), även om vi ser att unga värdesätter just dessa saker på sikt.

Just mot bakgrund av det senaste årets pandemi anar vi att fler unga reflekterat över framtid och livsstil och att

vissa omvärderar prioriteringar och val. Flera uttrycker att de fått tillfälle att göra sig av med dåliga vanor och beteenden och valt att fokusera på saker som känns mer hälsosamma eller betydelsefulla.

## *Allt fler unga känner sig ensamma*

På temat att se över livsstil ser vi t.ex. ett fortsatt stort intresse för hälsa. Det är viktigt för allt fler unga att skaffa goda hälsovanor och sund livsstil.

Tyvärr ser vi inom hälsoområdet också en fortsatt nedåtgående trend inom ungas mående. Allt fler unga uppfattar livet som ensamt och tråkigt, något som sannolikt spåtts på av pandemins inverkan på ungas sociala liv.

## *Suktar efter det sociala och icke-digitala*

Redan förra året anade vi att unga längtade efter mer social, fysisk interaktion och mindre skärmtid. Kanske har det digitala "tvång" som Corona-pandemin bidragit till gjort att unga har ett ännu större behov av att träffa andra, åtminstone just nu.

Siffrorna talar för det – i årets mätning ser vi att

## EN FORTSATT NEDÅTGÅENDE TREND INOM UNGAS MÅENDE

intresset för att festa och träffa nya människor ökar något i en annars nedåtgående trend. Vikten av relationer till andra ser vi också i årets mätning genom att det blivit betydligt viktigare för unga att göra sina föräldrar stolta och att hjälpa andra, medan sådant som att "bli känd" minskat i betydelse.



Familj, hälsa och tillvaro:

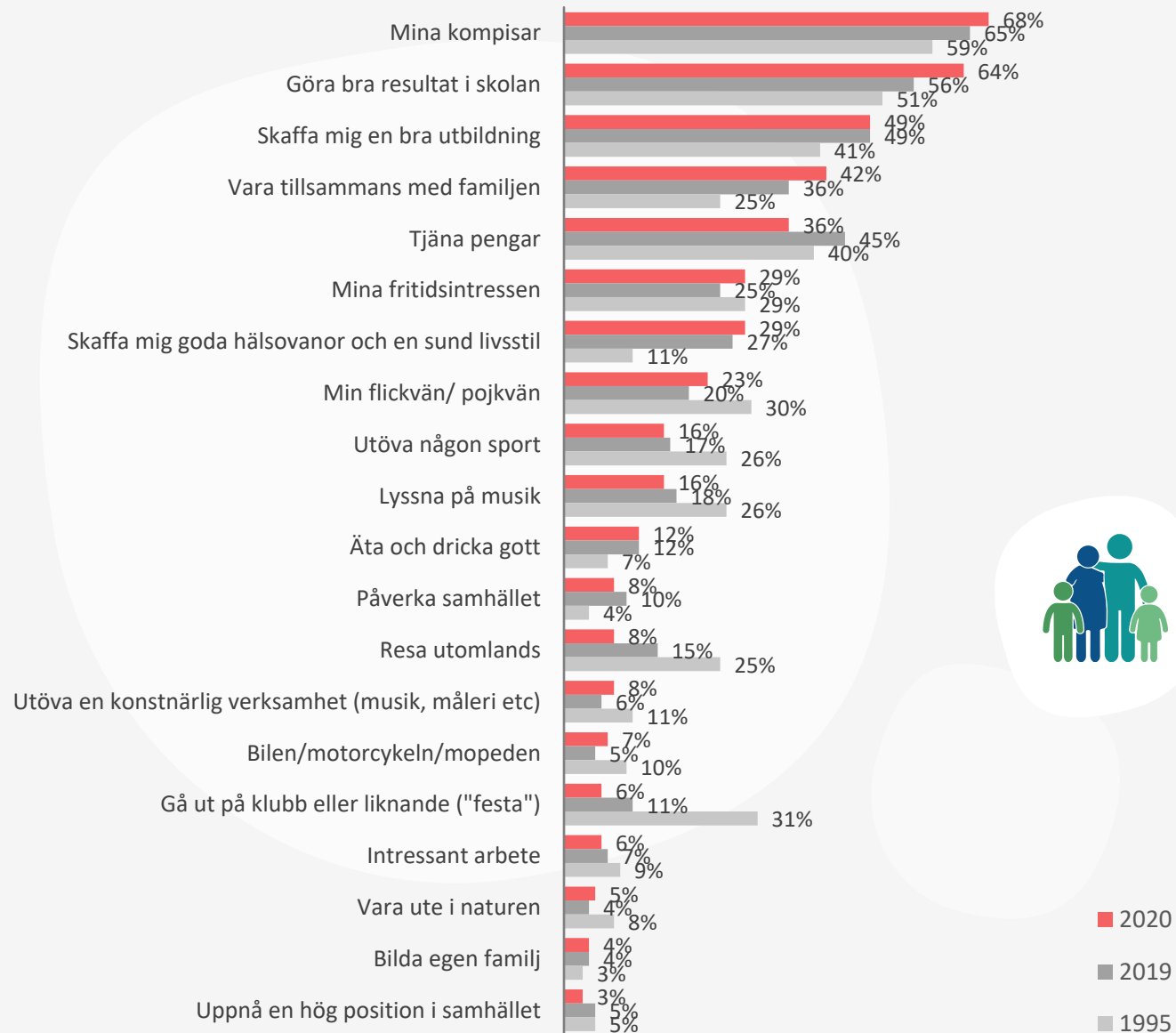
## ALLT VIKTIGARE MED NÄRA RELATIONER OCH PRESTERA I SKOLAN

**Pandemiåret har förstärkt många långsiktigt trender, som att fler tycker det är viktigt att vara med familjen och göra bra resultat i skolan**

Samtidigt gäller det att hålla tungan rätt i munnen när man analyserar svaren till höger, eftersom frågan är formulerad utifrån vad som är viktigast just nu. Under 2020 har ju detta en lite speciellt innebörd, eftersom många saker inte gått att göra.

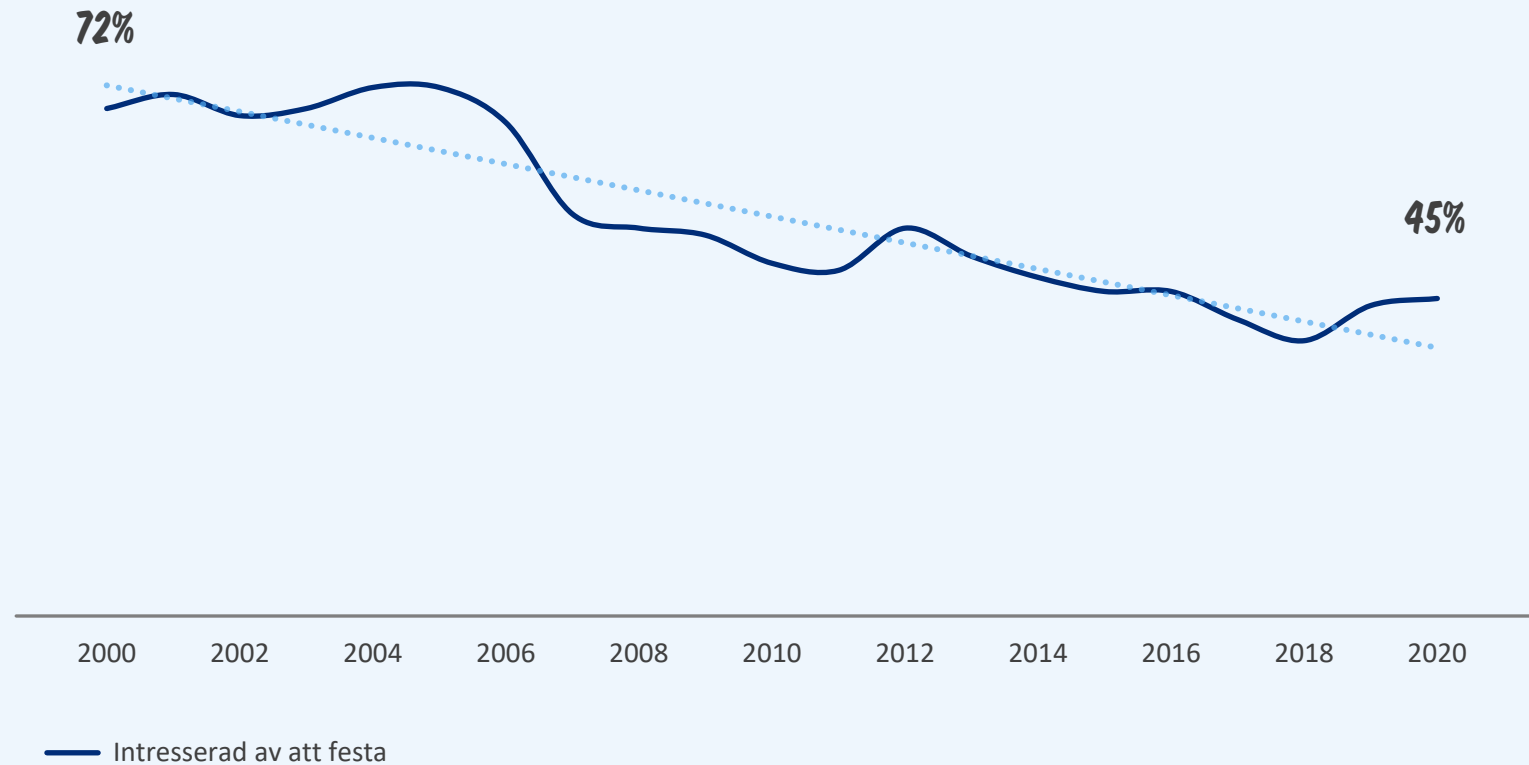
Att färre haft extrajobb kan därför eventuellt förklara varför färre säger att det är viktigt att tjäna pengar, eller svårigheterna att resa varför färre säger detsamma om det.

Just i fråga om familj och skolresultat är detta emellertid trender som pågått länge, och som dessutom pandemiåret i vissa avseenden erbjudit bättre möjligheter till.



Familj, hälsa och tillvaro:

## TRENDBROTT: INTRESSET FÖR FEST ÖKAR - OM ÄN FRÅN LÅGA NIVÅER



20% av de  
öppna svaren  
involverar ordet  
”fest”

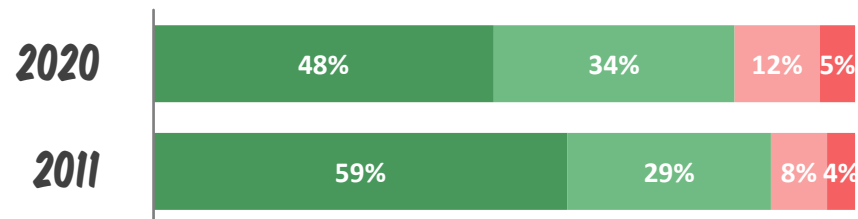
”Jag tror inte att unga kommer ta något för givet. De kommer att resa och festa mest. Jag tror många har saknat gemenskap och att vara samlade i en stor trupp.”

- Tjej 18 år, om vad unga kommer göra/mindre av när corona är över, jämfört med innan.

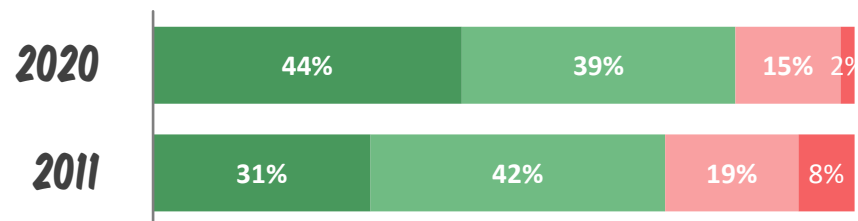
Familj, hälsa och tillvaro:

# ATT ÄGA SIN BOSTAD OCH HA STOLTA FÖRÄLDRAR ÄR BLAND DET VIKTIGASTE FÖR ATT BLI NÖJD MED FRAMTIDEN

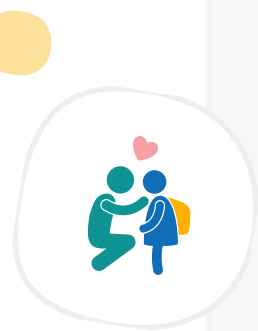
Träffa "den rätte":



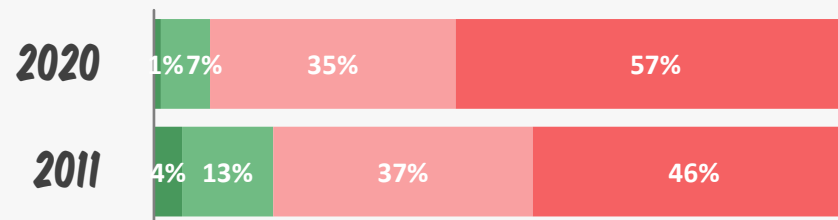
Göra mina föräldrar stolta:



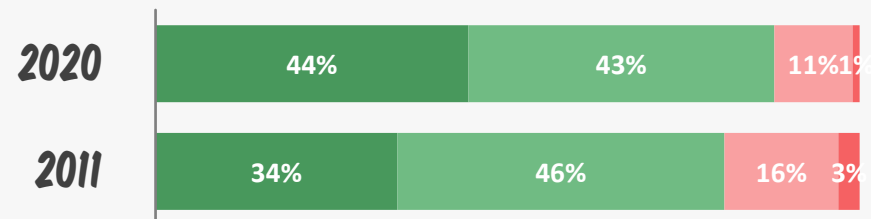
■ Väldigt viktigt ■ Ganska viktigt ■ Inte särskilt viktigt ■ Inte alls viktigt



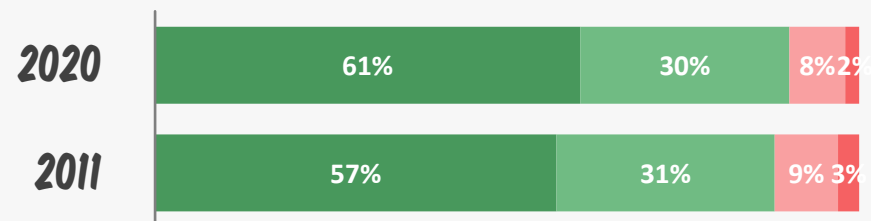
Bli känd:



Hjälpa andra:



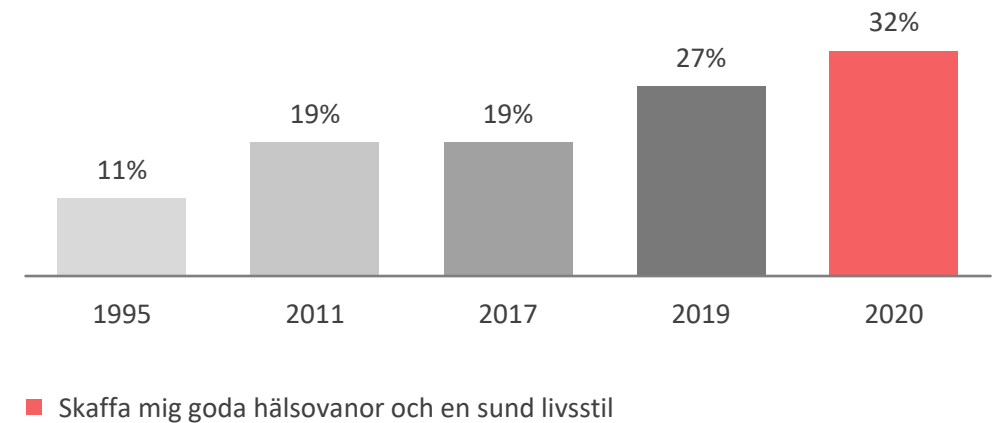
Äga ett hus eller en lägenhet:



■ Väldigt viktigt ■ Ganska viktigt ■ Inte särskilt viktigt ■ Inte alls viktigt

Familj, hälsa och tillvaro:

## VIKTIGARE HA GODA HÄLSOVANOR OCH EN SUND LIVSSTIL



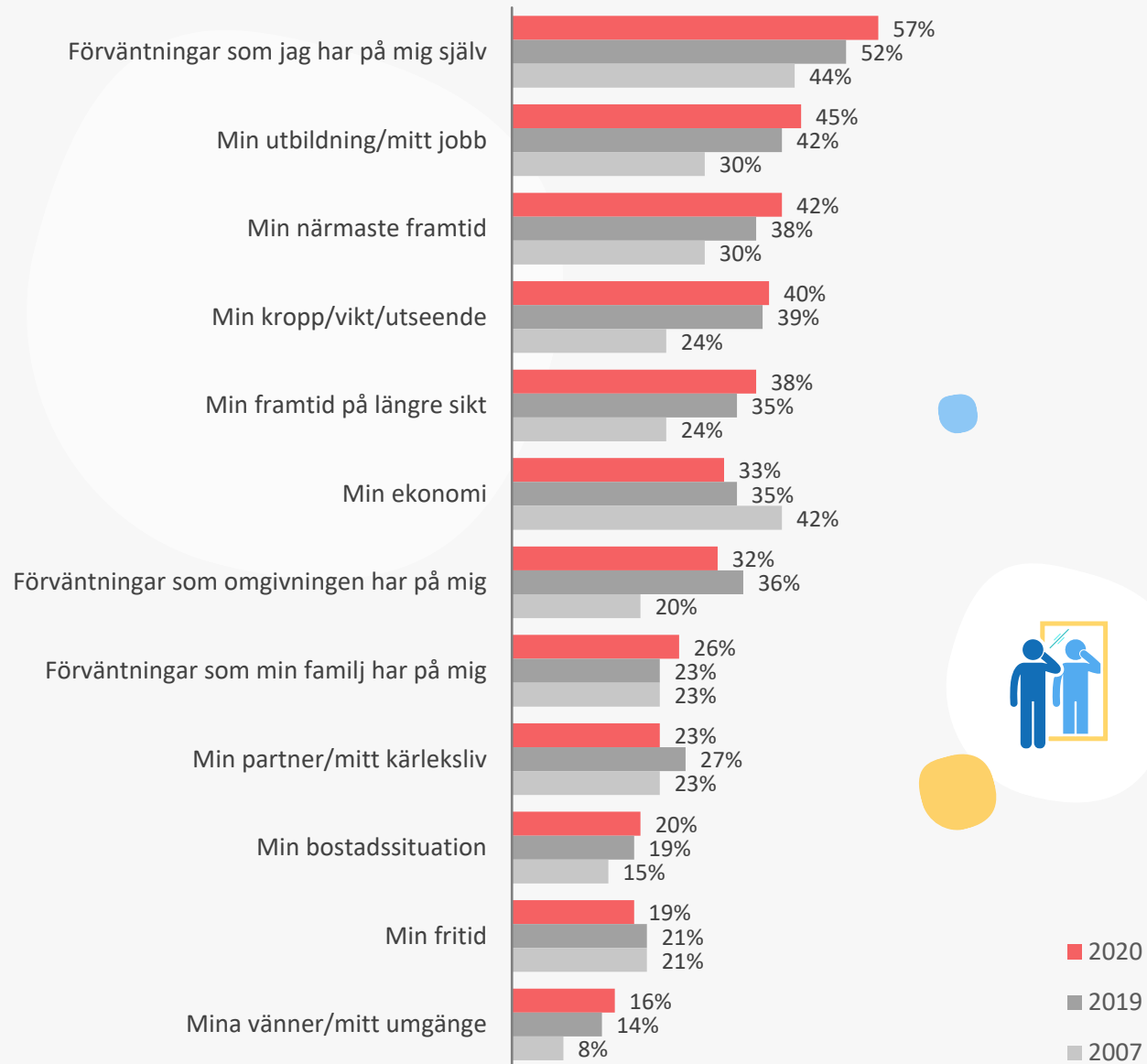
Familj, hälsa och tillvaro:

## SEX AV TIO ÄR STRESSADE ÖVER FÖRVÄNTNINGAR DE HAR PÅ SIG SJÄLVA

Många aspekter i tillvaron har kommit att upplevas som mer stressande, men framförallt förväntningar unga har på sig själva, utbildning/jobbs och den närmaste framtiden – som alla ökat under det senaste (corona)året.

Men även om vi ser en ökning när vi jämför hösten 2019 mot hösten 2020 till höger så var siffrorna faktiskt ännu högre under våren 2020, då andelen unga som exempelvis upplevde stress över sina vänner/sitt umgänge var uppe i 27%. En möjlig förklaring till detta är naturligtvis distansundervisningen, som inte pågick i lika hög utsträckning under hösten i alla fall för gymnasieeleverna.

Jämför vi tillbaka till 2007 kan vi samtidigt se att en stor del av utvecklingen sker från dess, snarare än specifikt under det senaste året. Att unga är stressade är såtillvida inte en nyhet så mycket som ett generationsfenomen, men pandemin har inte gjort saken bättre.



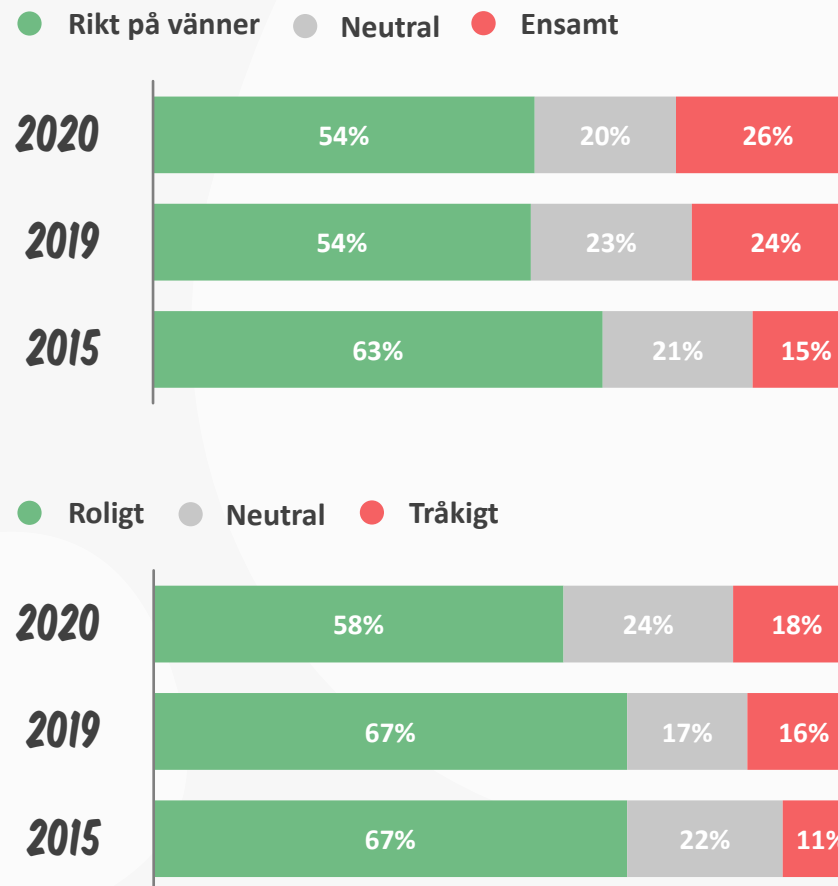
Familj, hälsa och tillvaro:

## ÖKAD KÄNSLA AV ENSAMHET OCH TRÅKIGT

Året som gått har även lett till fler unga som uppfattar livet som ensamt och tråkigt, en negativ trend vi sett under de senaste åren.

Även om det flesta trots allt tycker att livet är rikt på vänner och roligt, så ökar andelen som inte upplever det, vilket i synnerhet syns i vissa grupper. Det är exempelvis vanligare att tjejer i åldrarna 20-24 år upplever livet som ensamt (33%), och även bland killar är ensamhet vanligare i högre ålder (25%). Ungar med utländsk bakgrund upplever också ensamhet i högre utsträckning (34%) än unga med svensk bakgrund (23%).

Samtidigt kan man invända att det är märkligt att inte ännu fler tycker att livet under pandemin är tråkigt, men möjligheterna till digital kommunikation och underhållning samt en och annan trots mot folkhälsomyndighetens rekommendationer gör så klart sitt till. Andelen som anser att livet är roligt har oavsett minskat med 9%.





*”Jag tror att vi kommer börja uppskatta ”fysiska möten” mer. Det är uppenbart att sociala medier inte räcker för att täcka våra sociala behov. Kanske kommer vi att träffas oftare på fritiden, och börja visa större uppskattning för våra vänner, men också för vår familj och för våra släktingar.”*

- Tjej 18 år, om vad unga kommer göra/mindre av när corona är över, jämfört med innan.

Familj, hälsa och tillvaro:

## IDENTITETER BLAND UNGA 2020:



*Kapitel 3*

# FRAMTIDSSPANING

*Framtidsspaning:*

## 2021 ÅRS STORA TREND BLAND UNGA ENLIGT NÄSTAN 10.000 15-24-ÅRINGAR!

Genom att analysera nyckelord och fraser i 9605 öppna svar har tre huvudteman framkommit. Dessa teman är inte nödvändigtvis frikopplade från varandra utan samverkar i hög grad, vilket vi kommer att illustrera i kommande kapitel.

- En trygg framtid
- Hållbarhet och medvetenhet
- Sociala medier

Vi avslutar därefter med en sammanställning av lite mer klassiska och dagsaktuella "trender" som unga spår kommer slå stort under 2021. Dessa kanske inte nämnts av flest, men kan ses som en fingervisning till hur unga antas klä sig, klippa sig och transportera sig under året.

Framtidsspaning:

## EN TRYGG FRAMTID

(Corona)året har också gjort avtryck i årets trendfråga, där framtidstankar och oro upptar betydligt större utrymme än vanligt. Oron förhindrar däremot inte unga från att drömma och planera inför framtiden. De drömmar som lockar flest ungdomar idag, är en framtid präglad av stabilitet och trygghet.

### Studera vidare

Att investera i en högre utbildning innebär stabilitet och bättre förutsättningar för ett välbetalt jobb i framtiden enligt unga. Trots att gymnasieelever kan känna sig trötta på plagget, anses en högre utbildning avgörande för att kunna konkurrera på arbetsmarknaden.

### Privatekonomi

Fastän, eller just eftersom, många unga har en relativt låg inkomst är pengar och ekonomi ofta top-of-mind. Dyra märkeskläder och lyxiga semesterresmål finns det gott om på sociala medier. En desto färskare spaning är att konton som handlar om privatekonomi och sparande spås ta plats i allt fler ungdomars flöden under 2021.

### Ansvarskänslor

Unga känner ett ansvar för sin egen framtid, men också för samhällets utveckling i stort. Att värna om varandra och inte ta saker för givna är ytterligare en insikt som allt fler unga tar med sig in i 2021.



*Skaffa en stabil och bred utbildning då corona-krisen har ökat arbetslösheten och det är numera svårt att få extra jobb då de flesta arbetsgivare inte längre har råd med samma arbetskraft. Därav kommer vi fokusera mer på utbildning då det är gratis (mestadels) och ger oss bättre förutsättningar för att få en anställning.*

- Tjej, 19 år om 2021 års stora trend

Framtidsspaning:

# HÅLLBARHET OCH MEDVETENHET

**Klimatfrågan och ekologisk hållbarhet har redan varit en hot-topic bland unga ett tag vid det här laget, och fortsätter att påverka ungas beteenden och val.**

Desto mer aktuellt just i år är frågor om politisk aktivism och social hållbarhet, vilket främst springer ur Black Lives Matter-rörelsens världsomspännande uppmärksamhet under våren 2020. Generation Z, som redan kan beskrivas som en påläst och informerad generation, spås att bli än mer medvetna och engagerade under 2021.

## *Politiskt engagemang*

Nyhetsflödet år 2020 har sannerligen präglats av statliga uttalanden, politiker och presskonferenser. Även på sociala medier har politiska ställningstaganden och kampanjer tagit stor plats och samhällsengagemanget bland unga ser inte ut av avta under 2021.

## *Miljöfrågor*

Miljön står ofta i fokus för ungas beteenden och konsumtion, i allt från kläder och elektronik till vad de

lägger på tallriken. Att göra hållbara och klimatsmarta val spås bli än viktigare framåt.

## *Hållbar konsumtion*

Många unga uttrycker kritik mot dagens slit och slängkonsumtion som de menar frodas bland influencers på sociala medier. Istället lockar second hand-handeln med unika och hållbara plagg till en billig peng.



*Oavsett vad som händer härnäst, så blir det mer och mer uppenbart att vi lever i ett ohållbart system. Unga har och kommer att vara mer drivande i kampen för ett hållbart samhälle.*

- Kille, 21 år om 2021 års stora trend

Framtidsspaning:

## SOCIALA MEDIER

Sociala medier och andra digitala plattformar är på många sätt en förutsättning för ungas växande engagemang och medvetenhet. Nyheter och politik har idag en lika självklar plats på sociala medier som underhållning och privata inlägg.

### TikTok

Utöver att förändra spelplanen för den moderna musikindustrin har TikTok även kopplat samman unga från världens alla hörn. Här blandas underhållning med politik, lättsamt med allvar. TikTok utgör en grogrund för ungas interaktion och engagemang, och förutspås ta än mer plats 2021.

### Botemedel för tristess

När allt fler unga behövt stanna hemma och inomhus ligger telefonen nära till hands för att erbjuda underhållning och nya intryck. Digitalt umgänge är visserligen inget nytt bland unga, men flera unga spår att omfattningen kommer att utökas även nästa år.

### Dumpa mobilen

Samtidigt växer längtan efter det fysiska och äkta mötet mellan människor i en tid av digital kommunikation. Många unga menar att det är dags att dumpa mobilen och låta det fysiska mötet, de gröna fingrarna och det avskärmda livet få frodas under 2021.



*TikTok kommer att fortsätta vara en stor trend under största delen av 2021. Det är en så kreativ app där man, tro det eller ej, får lära sig massor. Ungas spenderar väldigt mycket tid på sociala medier och TikTok är en av få sociala medier där du verkligen kan få vara kreativ och lära dig saker.*

- Tjej, 20 år om 2021 års stora trend



*”Förmodligen kommer man skämta och skapa skits och memes om hur det var att överleva corona på tiktok och andra sociala medier.”*

- Kille 19 år, om vilken som blir 2021 års stora trend



# TRENDER 2021 - ENLIGT UNGA

## Munskydd som (mode)accessoar

Inspirerat av unga i andra länder där munskydd är ett krav spås specialdesignade munskydd (köpta eller egendesignade) bli populärt under året. Flera designer-märken antas lansera munskydd i sina kollektioner vilket gör det snyggt och trendigt att bära dem.

## Mjukiskläder

Snygga mjukisbyxor blir fortsatt populärt som ett bekvämt och snyggt vardagsplagg. Många moderiktiga alternativ finns ute på marknaden och bärs regelbundet av influencers på sociala medier.

## Hockeyfrilla/mullet

Miley Cyrus, Tiger King och Marcus Berggren har satt hockeyfrillan på kartan, och frisyren förväntas få ett uppsving under året.

## Spela padel

Att spela padel med kompisar fortsätter vara poppis bland unga. Sporten är enkel att lära sig, och är ett roligt sätt att umgås på.

## Mer träning!

Hälsa som livsstil tar allt större fokus i vardagen och fler förväntas träna mer, både hemma och på gym. Influencers anses vara en drivande motor och inspirationskälla.

## Vitt/tobaksfritt snus

Att snusa vitt/tobaksfritt anses fräschare än både cigaretter och svart snus. Ökad synlighet bland influencers har höjt statusen och gjort det coolt med prillor under överläppen bland många.

## Elscooter/ Elsparkcykel

Som ett kul, enkelt och billigt färdmedel fortsätter sparkcyklarna konkurrera med kollektivtrafiken under 2021. Upplevs framförallt vara ett miljövänligt alternativ som även bidrar till minskad trängsel under pandemin.

## Tågluffa

Att resa med tåg inom Sverige, eller genom Europa, är inte bara mer miljövänligt än flyg utan även ett hållbart sätt att upptäcka världen på – vilket många unga är sugna på att göra efter att pandemin är över.



**UB**

**KONTAKT:**

*Ulrik Hoffman, vd*  
[ulrik@ungdomsbarometern.se](mailto:ulrik@ungdomsbarometern.se)

*Jessica Åkerström*  
[jessica@ungdomsbarometern.se](mailto:jessica@ungdomsbarometern.se)

**FÖR FRÅGOR OCH PRESS/MEDIA:**

*Sofie Jonsson*  
[sofie@ungdomsbarometern.se](mailto:sofie@ungdomsbarometern.se)

A young man with a beard, wearing a dark beanie and a denim jacket, is looking at a book on a library shelf. The background is filled with rows of books on shelves, creating a sense of a large library. The lighting is soft and focused on the man and the book he is looking at.

**APPENDIX:  
FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN**

Appendix:

## FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

**Intervjumetod:** Digital enkätundersökning genom urval i e-postregister samt paneler\*

**Målgrupp:** Ungdomar i Sverige mellan 15-24 år

**Fältperiod:** 6:e oktober – 5:e november 2020

**Antal intervjuer:**

18 000 st totalt\*\*

Data har insamlats genom ett kvoturval och har poststratifierats med hänsyn till kön, ålder och region



\*Avser ca 90% av ip. Tillkommer referensurval

\*\*Enskilda frågor kan ha lägre baser, som minst 10%

## Syfte

Ungdomsbarometern har genomförts årligen sedan 1991 i syfte att tillhandahålla en barometer över vad ungdomar mellan 15 och 24 år tycker och tänker i allmänhet och inom vissa specifika områden i synnerhet. Syftet är dels att tillhandahålla en studie på en säkerhetsnivå som vi och våra kunder anser är tillräcklig för att jobba vidare med frågor kring ungdomsmålgruppen utifrån, dels att kunna möjliggöra för flera att ta del av resultat, utan att behöva göra egna studier. Resultaten redovisas dels i rapportform, dels i kundspecifika analyser kring avgränsade områden.

## Enkäten & urvalsmetod

Frågorna i enkäten har tagits fram i samråd med Ungdomsbarometerens kunder, för att å ena sidan beröra generella frågeställningar kring ungdomsmålgruppens beskaffenhet, å andra sidan medge fördjupningar inom specifika områden. Vissa frågeställningar har behållits över tid medan andra har bytts ut för att säkerställa undersökningens aktualitet.

Ungdomsbarometern genomförs som en digital enkät (anpassad för desktop, surfplatta samt mobil) med ett s.k. kvoturval som urvalsmetod, vilket innebär att vi har utformat urvalet så att det i representativ skala återger hela ungdomspopulationen med avseende på några av dess viktigaste egenskaper. De egenskaper vi använt oss av är kön, ålder och region<sup>1</sup>. Eftersom studien är baserad på flera urvalsramar (s.k. multisourcing) och

urvalet i sin helhet inte är slumpmässigt skall slutsatser kring populationen dras med viss eftertänksamhet och kvoturvalet är anledningen till att vi inte genomför några signifikantstest eller bortfallsanalys. Däremot genomförs ett slumpmässigt referensurval i ett register baserad på uppgifter från SPAR, för att säkerställa resultatens reliabilitet. Viktning av resultaten har genomförts med hjälp av de tre aktuella urvalsegenskaperna (kön, ålder och region).

## Datainsamling & Vägning

Datainsamlingsperiod för årets studie var mellan 6:e oktober till den 5:e november 2020. Samtliga svar i undersökningen har inhämtats via Internet genom datainsamlingsverktyget Conformat. I årets undersökning har vi använt oss av fyra primära datainsamlingskällor för att få en så bra spridning som möjlig i materialet.

Dessa insamlingskällor är: Studentkortet (1), som är en databas med gymnasie-, YH-, folkhögskole- och högskolestuderande och de som tidigare varit detsamma baserat på uppgifter från CSN. I denna databas görs ett slumpmässigt urval av e-postadresser som erbjuds svara på enkäten. Baserat på öppnade mail är svarsfrekvensen cirka 20%. Majoriteten av respondenterna hämtas från denna källa. Facebook/Instagram (2), där annonsering genomförs för att nå unga som inte besvarar enkäter per e-post, samt Cint (3) som är ett panelföretag med både självrekryterade och slumpmässigt rekryterade panelister.

För att kunna säkerställa resultatens reliabilitet har även ett slumpmässigt referensurval om 823 respondenter dragits i Norstats (4) slumpmässigt telefonrekryterade riksrepresentativa panel baserad på SPAR. Bortfallet i denna del av studien har vid tidigare jämförande studier befunnits vara slumpmässigt och systematiskt, men i aktuell årgång har inte denna analys upprepats.

Ungdomsbarometern har också tidigare tillsammans med Folkhälsomyndigheten genomfört en jämförande studie mellan Ungdomsbarometerens metod och ett postal slumpmässigt urval. Vid en svarsfrekvens på cirka 30% i den senare skiljde resultaten mycket lite.

Avgörande för vilka insamlingskällor som valts är Ungdomsbarometerens subjektiva bedömning över var Ungdomssverige befinner sig och kan besvara undersökningar på Internet. Antal respondenter i årets undersökningen är 18 000. Viktning av resultaten har genomförts med hjälp av de tre aktuella urvalsegenskaperna (kön, ålder och region) enligt den senaste befolkningsstatistiken från SCB för ungdomar 15-24 år i Sverige.

**Tidsjämförelse:** Vid historiska jämförelser används data ur tidigare upplagor av Ungdomsbarometern där data samlats in på samma sätt sedan 2004. Tidigare årgångar var postala och/eller klassrumsbaserade.

<sup>1</sup>De aktuella regionerna vi använt är de regioner som går under benämningen NUTS2. NUTS2 är den indelning som används inom EU för statistikredovisning. NUTS2 utgörs i Sverige av följande riksområden: Stockholm, Östra Mellansverige, Sydsverige, Norra Mellansverige, Mellersta Norrland, Övre Norrland, Småland med öarna samt Västsverige.

## Sverige 2019 (SCB):

## UB 2020 Totalt:

## UB 2020 Totalt:

Kön	Antal:	i %	Antal respondenter:	i %	Ant. resp. efter vägning:	i %
Tjej	549 912	47,5%	11 410	63,3%	8 711	48,4%
Kille	606 696	52,5%	6 489	36,0%	9 150	50,8%
<b>TOTALT</b>	<b>1 156 608</b>	<b>100%</b>	<b>18 000</b>	<b>100%</b>	<b>18 000</b>	<b>100%</b>

Ålder	Antal:	i %	Antal respondenter:	i %	Ant. Resp. efter vägning:	i %
15 år	116 944	10,1%	1 507	5,9%	1 856	10,3%
16 år	115 523	10,0%	2 539	14,1%	1 833	10,2%
17 år	113 220	9,8%	2 397	13,3%	1 796	10,0%
18 år	110 326	9,5%	2 385	13,3%	1 750	9,7%
19 år	112 896	9,8%	1 860	10,3%	1 791	9,9%
20 år	116 615	10,1%	1 776	9,9%	1 848	10,3%
21 år	113 130	9,8%	1 808	10,0%	1 784	9,9%
22 år	112 295	9,7%	1 761	9,8%	1 781	9,9%
23 år	118 181	10,2%	1 716	9,5%	1 874	10,4%
24 år	127 478	11,0%	701	3,9%	1 690	9,4%
<b>TOTALT</b>	<b>1 156 608</b>	<b>100%</b>	<b>18 000</b>	<b>100%</b>	<b>18 000</b>	<b>100%</b>

Riksområde (NUTS2)	Antal:	i %	Antal respondenter:	i %	Ant. resp. efter vägning:	i %
Stockholm	257 284	22,2%	4 275	23,8%	4 038	22,4%
Östra Mellansverige	204 967	17,7%	3 617	20,1%	3 223	17,9%
Småland med öarna	98 584	8,5%	1 353	7,5%	1 530	8,5%
Sydsverige	173 100	15,0%	2 823	15,7%	2 678	14,9%
Västsverige	230 192	19,9%	3 373	18,7%	3 551	19,7%
Norra Mellansverige	91 863	7,9%	1 150	6,5%	1 418	7,9%
Mellersta Norrland	39 793	3,4%	475	2,6%	596	3,3%
Övre Norrland	60 825	5,3%	934	5,2%	966	5,4%
<b>TOTALT</b>	<b>1 156 608</b>	<b>100%</b>	<b>18 000</b>	<b>100%</b>	<b>18 000</b>	<b>100%</b>

## Verktyg

Databearbetningen har genomförts med hjälp av produktionssystem från MarketSight samt med hjälp av de statistiska programvarorna SPSS och R.

## Urvalsram &amp; urval

I tabellen till höger jämförs 2019 års aktuella siffror för ungdomar 15-24 år i Sverige (enligt den senaste befolkningsstatistiken från SCB) med siffror från Ungdomsbarometern 2020.

