



GENERATION Z 2022



UNGDOMSBAROMETERN ÄR STÖRST I SVERIGE PÅ UNGA!

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 konsumentvaruföretag och mediehus till myndigheter, högskolor och fackförbund.

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, syn 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 2022 finns sammanställd i följande temarapporter:

- *Generation, Livsstil & Samhälle*
- *Gymnasium*
- *Högskola*
- *Arbetsliv & Fack*
- *Mat & Måltider*
- *Konsumtion & ekonomi*
- *Engagemang & Kommunikation*

DAGS FÖR KOSLÄPP?



Pandemin är inte över, men kanske är det början på slutet vi ser? Om inte annat är detta känslan bland många av Sveriges unga, när vi på Ungdomsbarometern nu släpper 2022 års upplaga av rapporten "Generation Z".

Att pandemin drabbat unga hårt i vardagen har vi belyst vid flertalet tillfällen under de senaste åren, men vi har samtidigt manat till försiktighet att dra för långtgående slutsatser av de tvära kast mellan hopp och förtvivlan många unga (och andra) utsatts för under de senaste åren. Sällan har svaren i våra löpande studier skiftat så mycket bara månader emellan.

Så här två år in börjar det emellertid att bli dags försöka identifiera några mönster, som vi på Ungdomsbarometern har unik möjlighet att göra med utgångspunkt i vår tidsseriedata.

En slutsats är att unga i stort inte mår lika dåligt som man hade kunnat befara, även om många siffror fortfarande är alarmerande. Tvärtom minskar stressen i många aspekter av tillvaron, och när vi kliver in i 2022 känns livet roligare och många andas viss optimism inför framtiden.

Den egna framtiden vill säga. För om pandemin förhoppningsvis går mot sitt slut befinner vid oss samtidigt i

början av ett valår. Och i fråga om samhällsutvecklingen är många unga pessimistiska, och andelen som tycker sig ha möjligheter att påverka samhället minskar, om än från höga nivåer.

Faktum är också att intresset för samhällsfrågor minskar, vilket vi både förklarar med att vissa tappat hoppet om förändring, medan andra helt enkelt har fullt upp med att ta igen sådan de missat under pandemin just nu (läs: försöka festa och umgås).

En övergripande trend är att många saker som definierat Generation Z under perioden innan pandemin, såsom nämnda samhälls- och närliggande miljöintresse, men också stressnivåer och ointresset för fest, nu är på väg mot historiskt mer normala nivåer (även om det ofta är långt kvar). Huruvida detta är embryot till ett generationsskifte eller bara en kortvarig reaktion på pandemin kommer vi garanterat att återkomma till framåt. Innan vi drar några långtgående slutsatser är många unga dock sugna på en rejäl period av grönbete. Vi också.



RAPPORTINNEHÅLL:

Så läser du rapporten:

För att ge dig som läsare en bra grund att stå på så inleder vi med några generella insikter kring vad som karakteriserar Generation Z.

Därefter ger vi en överblick av ungas inställning till livet just nu. Där får vi bland annat läsa om att livet för många unga känns bra mycket roligare nu än för ett år sedan. Mycket tack vare upplevelsen av att åter ha kontroll – åtminstone över sitt eget liv här och nu.

I det andra kapitlet tar vi tempen på samhällsintresset bland unga. För första gången på länge ser vi att andelen unga som upplever sig kunna påverka i samhället minskar. Hur det tar sig uttryck och vad det kan bero på resonerar vi vidare kring i detta kapitel.

Vi bjuder avslutningsvis på några avslutande reflektioner kring framtiden och ett urval på några av 2022 års trender enligt unga.

Inledning

Lär känna Gen Z

5

Del 1.

Livet just nu

6

Del 2

Samhällsintresse

19

Framtidsspaning

Reflektion

30

Trender 2022

31

LÄR KÄNNA GEN Z

Sedan efterkrigstiden brukar vi tala om fyra distinkta generationer. Huruvida förändringar till följd av pandemin kommer att ge upphov till en ny är för tidigt att säga. Nedan sammanfattar vi därför några insikter kring Generation Z som är lika relevanta idag som för två år sedan.



Större möjligheter att påverka

När en 80-talist kunde skriva en insändare i lokal-tidningen eller gå med i ett ungdomsförbund för att påverka samhället, ser möjligheterna idag annorlunda ut. Smartphones är en viktig förklaring, men dagens unga har också fått påverka mer hemma, i skolan och har ett större intresse för politik.

Familjen framför allt

Generation Z är något så unikt som en ungdomsgeneration som tycker rätt bra om att umgås med sina föräldrar. Att uppnå samma livsstil som föräldrarna med villa och Volvo är många gånger den ganska modesta målbilden, till skillnad från 80-talisterna som betraktade hela världen som sin framtida arbets- och lekplats och gärna sköt på familje-bildningen.

Ökat hälsointresse. Ökad ohälsa

På ett attitydplan pekar de flesta indikatorerna i samma riktning de senaste åren: ungas intresse för hälsa och att leva hälsosamt ökar. Det verkar dock inte det faktiska väl-befinnandet göra. Att allt fler unga är hemma, och antingen umgås med vänner genom sociala medier eller gaming, eller familjen, tycks också leda till att vardagsmotionen minskar. Så även om intresset för hälsa ökar, och är oförändrat i fråga om att motionera, pekar mycket på att unga sammantaget rör sig allt mindre.

Trygghet & kontrollbehov

Uppvuxna i en omvärld som upplevs som osäker och med curlingföräldrar som gjort allt för att underlätta vardagen söker Generation Z trygghet i högre utsträckning än 80-talisterna. Detta märks bland annat i arbetslivet och i hur Generation Z söker efter kontroll i alltifrån antagnings-processer till graviditetsappar och innehållsförteckningar.

Mindre ute på stan. Mer plugg, Netflix & gaming

Att unga dricker mindre alkohol är inte så konstigt om vi ser till hur deras prioriteringar i övrigt har förändrats. Överlag är det större fokus på att vara hemma med familjen, prestera i skolan och leva hälsosamt. Parallellt med detta har också intresset för att träffa nya människor och intresset för sex minskat.

Mer olika varandra än någonsin

Skillnaderna inom dagens ungdomsgeneration är större än tidigare. Att unga är en mer heterogen grupp märks i alltifrån medievänor till intressen, subkulturer och värderingar. Att alla skulle bänka sig framför något halvbra, likt 80-talisterna gjorde, är otänkbart. Ju större utbud, desto mer fragmentering. Ett samhälle med större olikheter bidrar såklart också. Och ökar också förväntan på att det ska finnas mångfald.



Livet roligare nu än hösten 2020

Vi kan konstatera att unga har en mer optimistisk syn på livet just nu, jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. Även om vi fortfarande i skrivande stund befinner oss i en pandemi så rådde mer osäkerhet bland unga för ett år sedan. Livet i en pandemi har kanske blivit något man som ung vant sig vid – det har ju trots allt utgjort en betydande del av deras ungdomsår vid det här laget. Men framförallt är förutsättningarna att börja leva livet igen något unga tycks se annorlunda på nu än för ett år sedan. Nu är de (mer) sugna på fest, att träffa nya människor och komma igång med sådant i livet som pandemin satt på vänt. Och det gör förstås att livet känns bra mycket roligare just nu!

Inte lika stressade över utbildning och jobb

Förutom att livet generellt känns lite roligare igen, så ser vi också i årets mätning att unga inte upplever lika stor stress kring utbildning och jobb. Att åter kunna ägna sig åt sin utbildning tillsammans med ökade möjligheter att få jobb är något som inger trygghet och kontroll. Dessutom är det ganska kul att vara tillbaka på plats i skolan igen. Relationen till kompisar och familj är också viktigt för många unga i livet just nu, även om just familjehänget nu tycks få stå tillbaka lite för att prioritera annat som hållits på paus under pandemin.

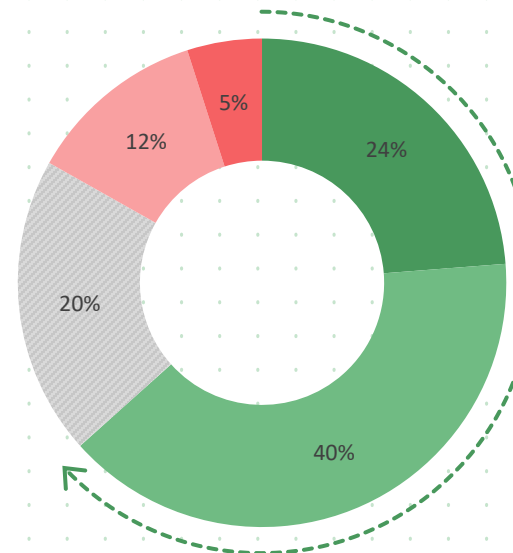
Fortfarande många som upplever ensamhet, dåligt självförtroende och höga krav på sig själva

Trots en ganska optimistisk våg som sveper över unga generellt just nu när de är i tagen att få börja leva sina liv igen och ta igen saker de missat, så är det fortfarande en ungdomsgeneration som är präglade av upplevd stress och höga krav på sig själva. Andelen som känner sig stressade över förväntningar de har på sig själva har minskat från förra året, men trots det så är det ändå drygt 4 av 10 unga som upplever detta. Utöver det uppger var fjärde ungdom att de har dåligt självförtroende, och lika många säger att livet just nu känns ensamt. Tyvärr är det här en utveckling som pågått under längre tid, oberoende av pandemin.

Positiva till möjligheten att kunna påverka livet här och nu

Hur livet uppfattas just nu handlar förstås i mångt och mycket om kontroll. Det vill säga vilka möjligheter unga upplever att de har att påverka deras egna liv – framförallt i tillvaron här och nu. I år ser vi att unga upplever att de har återfått den kontrollen. Drygt 8 av 10 unga säger att de känner att de har kontroll över vart deras liv är på väg, vilket är i nivå med vad unga upplevde innan pandemin.

De flesta unga tycker att livet just nu är roligt – och andelen har ökat tydligt sedan 2020



+6%

År 2020 svarade 58% unga att livet var roligt (+2/+1)

HUR TRÅKIGT ELLER ROLIGT UPPFATTAR UNGA ATT LIVET ÄR JUST NU?

■ +2 Roligt ■ 1 ■ 0 ■ -1 ■ -2 Tråkigt



”Nu efter Corona så tror jag att folk har lättare för att följa sina egna drömmar istället för vad alla andra vill.”

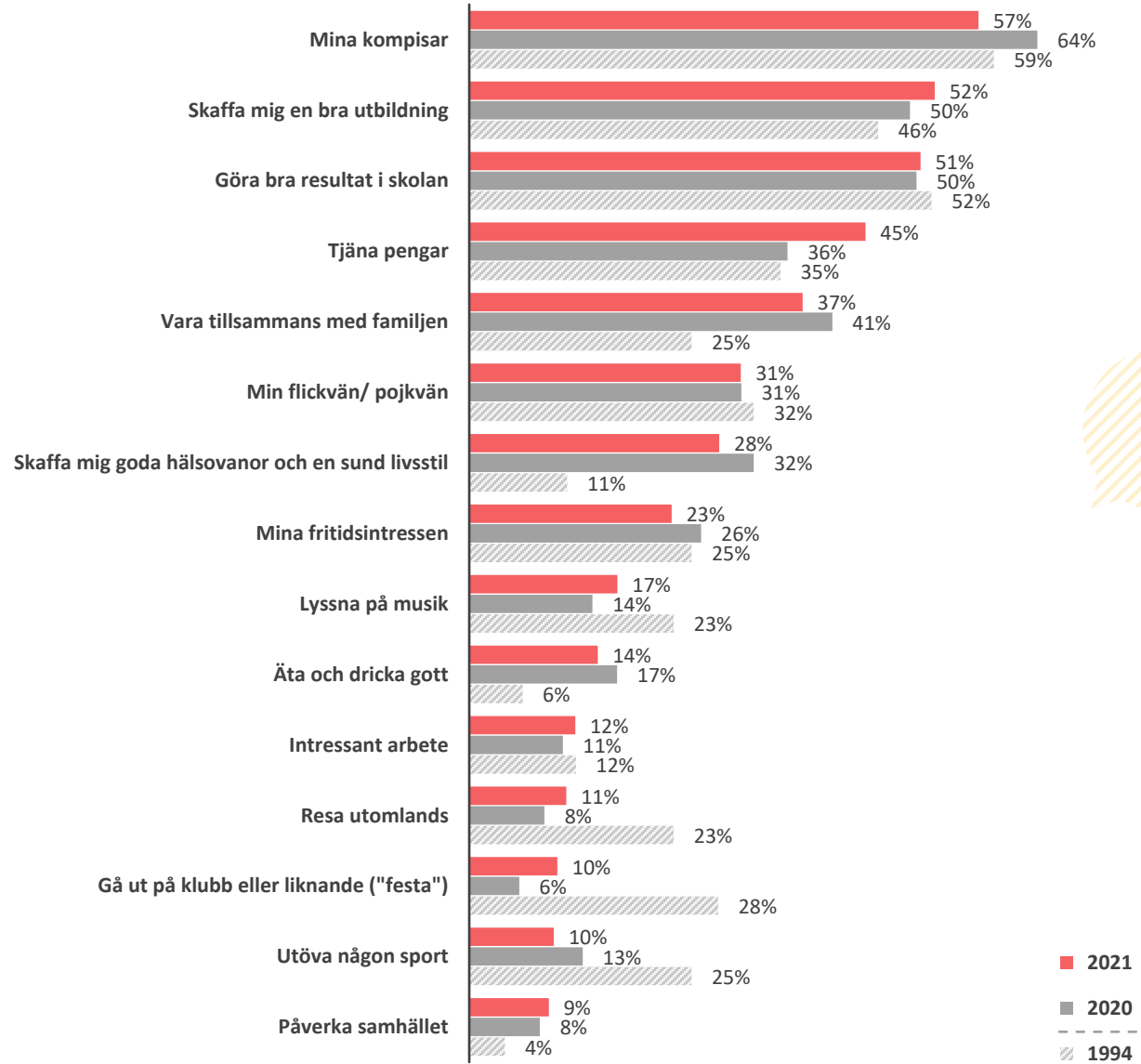
— Tjej, 18 år om 2022 års stora trend

NYTT ÅR, NYA MÖJLIGHETER!

Många är redo att ta igen det som missats under pandemin. Fler tycker att fest, jobb och skola är viktigast just nu än 2020! Över längre tid är dock trenderna till största delen de samma.

78%

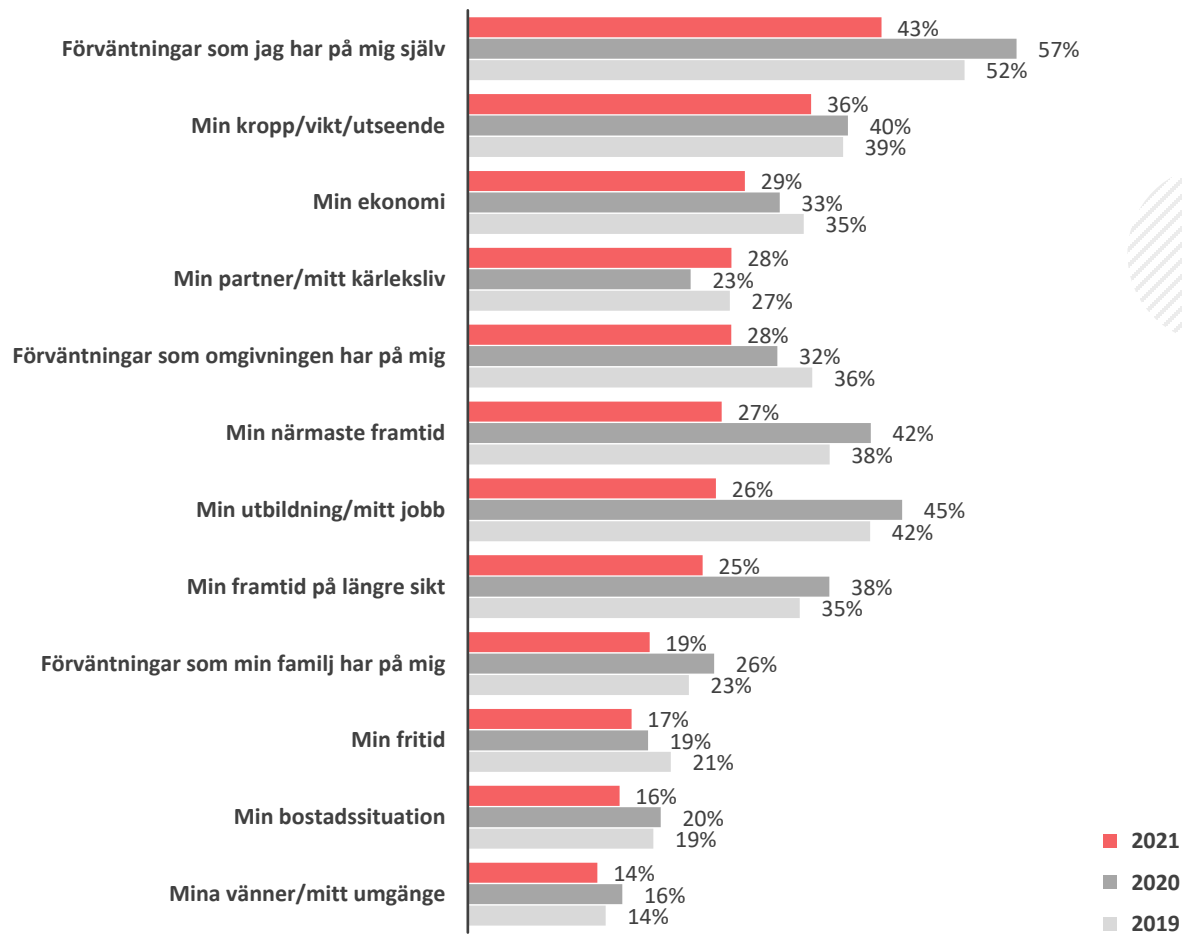
Andelen unga som känner att de har kontroll över var deras eget liv är på väg.



”Många har ännu inte rest själva som vuxna..”

— Tjej, 23 år

Generellt är unga inte lika stressade kring utbildning, jobb och sin närmaste framtid som före pandemin

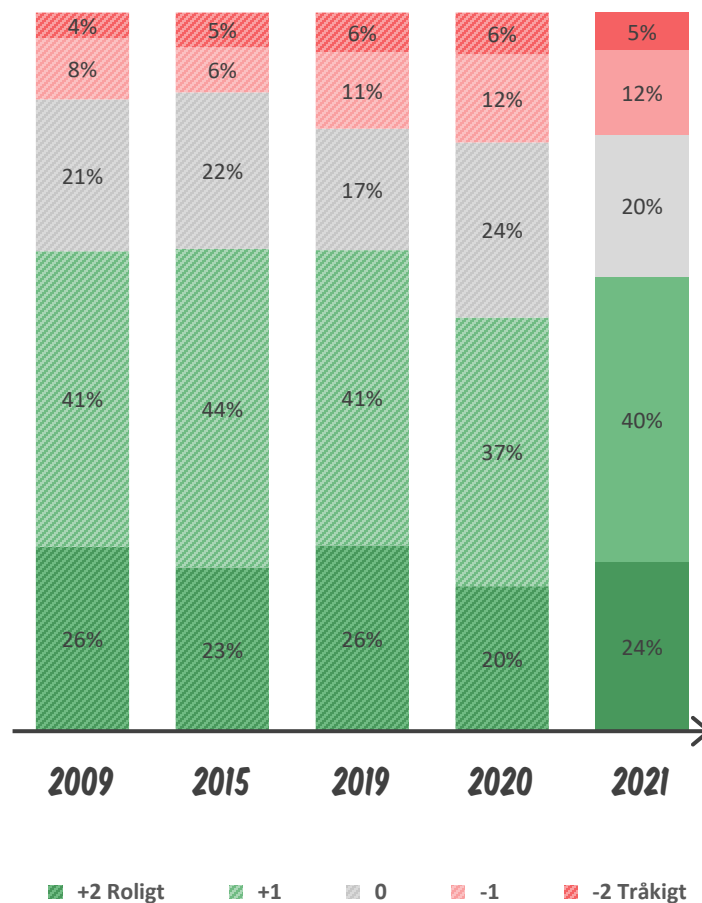


Unga 15-19 år är mer stressade över vänner/umgänge, partner/kärleksliv och framtiden på sikt

Även om fler unga tycker att livet är roligare nu än pandemiåret 2020, så ökar andelen unga som upplever livet som tråkigt över tid

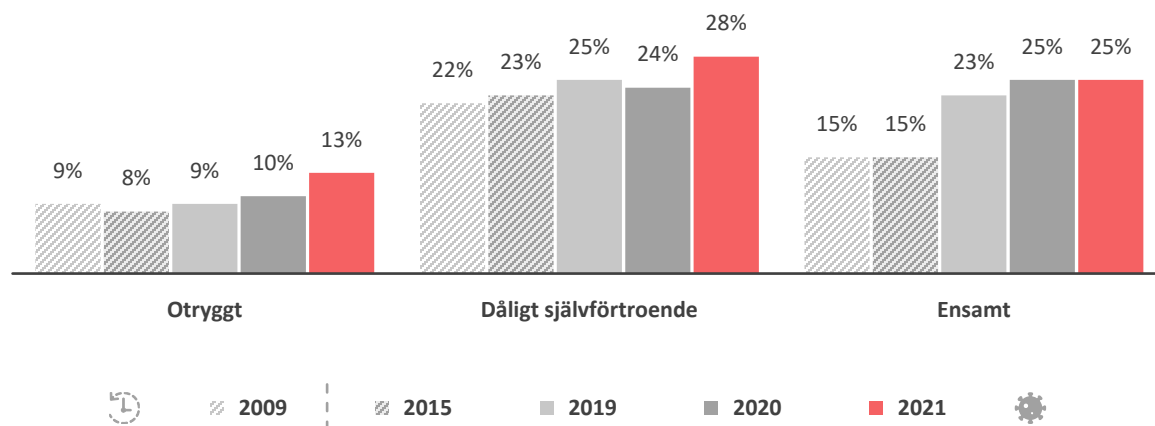
LIVET ÄR EN FEST - ELLER?

- Andelen unga som uppfattade livet som roligt var påtagligt färre förra året. Då var vi också mitt uppe i fullskalig distansundervisning, många restriktioner och vaccinationerna ännu ej påbörjade för unga. I år ser vi att andelen som tycker att livet är roligt återgår till liknande nivåer som tidigare.
- Tittar vi på de som uppfattar livet som tråkigt ser det däremot oförändrat ut i jämförelse med förra året, men över tid är det en siffra som ökar.
- Trenden över att allt fler unga upplever livet som tråkigt, återspeglas också i att vi ser fler unga som upplever otrygghet, dåligt självförtroende och ensamhet



Upplevd oro, ensamhet och höga förväntningar på sig själva något som präglar många av dagens unga

Ökningen grundar sig inte bara i pandemin, utan är något vi ser ökar över tid



Kompisar är inte bara det viktigaste för unga i livet just nu – det är också det flest är intresserade av, oavsett om vi frågar killar eller tjejer.

Skillnaderna mellan grupperna är stora i fråga om många intressen

TOPP 10 TJEJERS INTRESSEN:

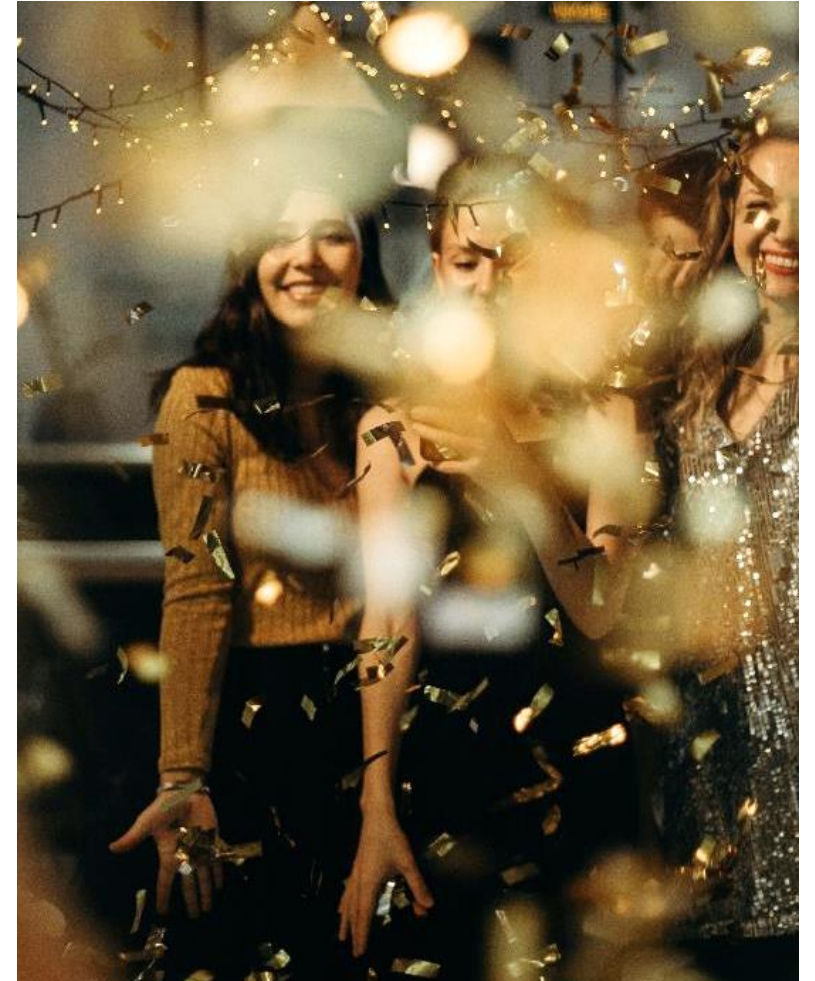
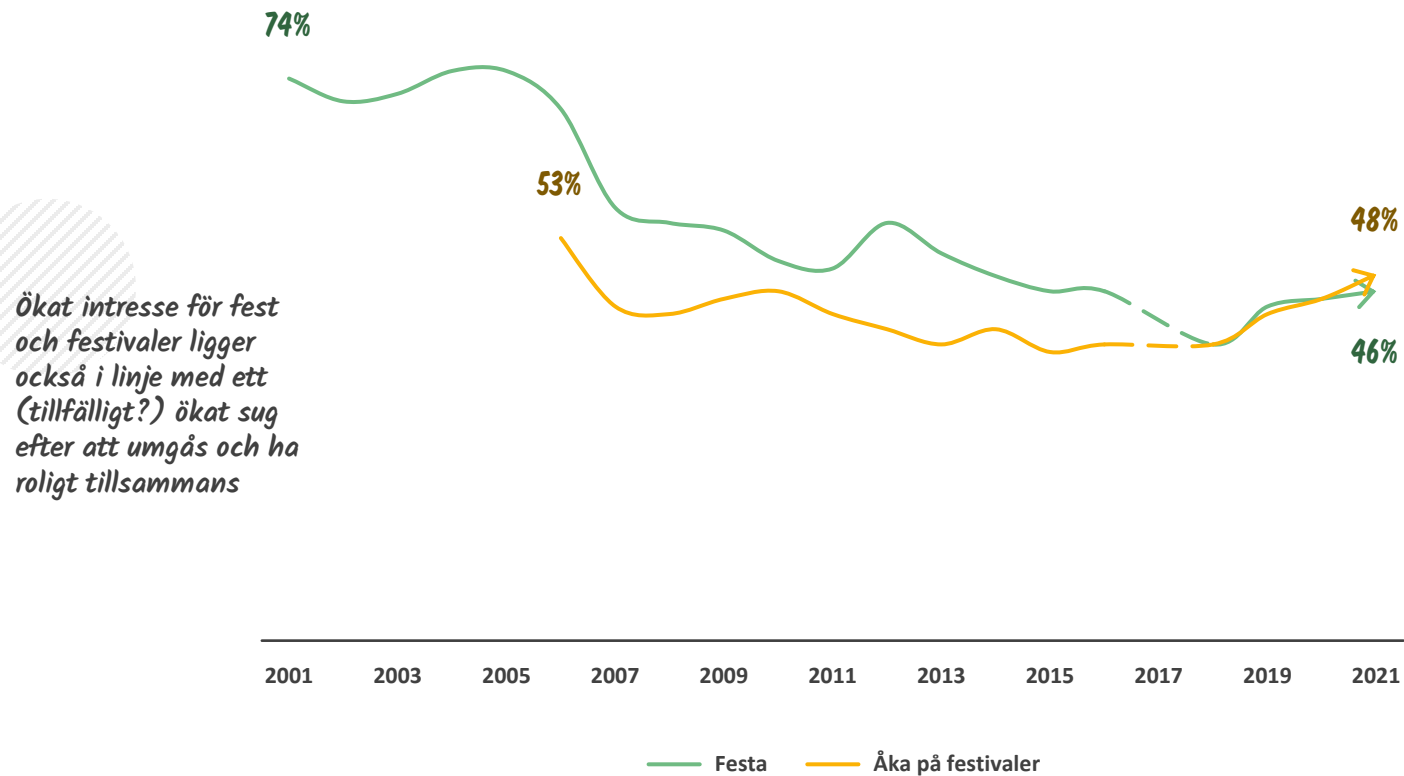
1.	Träffa kompisar	89%
2.	Umgås med min familj	87%
3.	Resa utomlands	85%
4.	Studera/studera vidare	81%
5.	Titta på film hemma	79%
6.	Göra karriär	77%
7.	Mode/kläder	75%
8.	Prova nya produkter och aktiviteter	74%
9.	Heminredning/DIY	71%
10.	Ta hand om djur/ha husdjur	70%


TOPP 10 KILLARS INTRESSEN:

1.	Träffa kompisar	87%
2.	Umgås med min familj	76%
3.	Resa utomlands	76%
4.	Göra karriär	74%
5.	Spela data-/TV-spel	73%
6.	Studera/studera vidare	69%
7.	Prova nya produkter och aktiviteter	68%
8.	Titta på film hemma	67%
9.	Motionera/träna	67%
10.	Teknik	66%



Festintresset fortsätter att öka svagt från att ha varit en nedåtgående trend under många år. Även intresset för festivaler är på uppgång

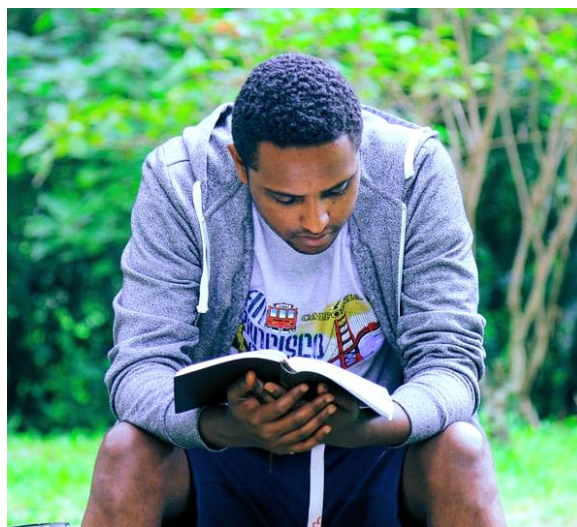




”Den stora trenden 2022 kommer bli fest eftersom många inte har varit på nattklubb nu när pandemin satte stopp”

— Tjej, 18 år om 2022 års stora trend

Minskat intresse för sex och att träffa nya människor, men större intresse för privatekonomi och att prova nya saker



INTRESSEN ÖVER 10 ÅR:

Intressen som ökat mellan 2011-2021:

- +17% Prova nya produkter/aktiviteter
- 16% Miljö-/klimatfrågor
- +15% Idrotta/tävla
- +15% Privatekonomi
- +13% Ta hand om barn/andra som behöver hjälp

Intressen som minskat mellan 2011-2021:

- 10% Träffa nya människor
- 16% Sex
- 16% Läsa böcker

Minskat intresse för sex ligger i linje med att unga har svårare att vara nöjda med sig själva och lägger större vikt vid personlig integritet idag. De umgås också mer med sina föräldrar än tidigare.

Identitet styrs mycket av intresse, och möjligheterna att styra vilka sidor av sig själv som visas upp!

Vad unga vill förknippas med blir alltmer intressestyrt

Intressen blir allt mer styrande i vad unga idag identifierar sig med, och att unga idag väljer fler begrepp och attribut än unga för 10 år sedan är ytterligare bevis på att unga inte vill låsa upp sig i få eller allt för bestämda identiteter.

Vilka attribut de väljer att beskriva sig med pekar också på vad vi tidigare konstaterat, det vill säga en ovilja att låsa sig för mycket vid en identitet – unga idag är hellre *träningssociala* än *träningssociala*. Vi ser dessutom att unga som identifierar sig med de politiskt konnoterade begreppen minskar, vilket också kan tyda på en minskad benägenhet att vilja kategoriseras för hårt i givna fack.

Större möjligheter att styra vilken identitet som syns

Sociala medier har också en viktig roll i att förstå ungas identitetsskapande idag. Förutom att de är starka individualister med många valmöjligheter, så ger också sociala medier helt unika förutsättningar att styra vilka delar av en själv som visas upp, eller rent av ha flera olika profiler/identitetsaspekter som visas upp – beroende på plattform och vilka som ser en.



2012: 5,3 alternativ i genomsnitt

2021: 6,5 alternativ i genomsnitt

Överlag blir intressen en allt mer drivande faktor i vad unga identifierar sig med

Topp 5 tjejer

1. Feminist
2. Hundmänniska
3. Antirasist
4. Träningsmänniska
5. Kattmänniska

Topp 5 killar:

1. Gamer
2. Träningsmänniska
3. Aktie-/sparnörd
4. Datanörd
5. Sportfantast

STÖRSTA IDENTITETERNA:

1.	Feminist	30%
2.	Träningsmänniska	29%
3.	Gamer	25%
4.	Antirasist	25%
5.	Hundmänniska	24%
6.	Livsnjutare	23%
7.	Festare	19%
8.	Foodie/matfantast	19%
9.	Miljövän	19%
10.	Kattmänniska	19%

ANDRA STORA IDENTITETER:

11.	Friluftsmänniska	16%
12.	Aktie-/sparnörd*	16%
13.	Storstadsmänniska	15%
14.	Sportfantast	15%
15.	Nörd	15%
16.	Hemfixare	14%
17.	Datanörd	14%
18.	Plugghäst	13%
19.	Hälsomänniska*	13%
20.	Musiker	13%





SAMHÄLLS- INTRESSE

Med valet 2022 i blickfånget

Minskat intresse för politik

Att 2021 var ett turbulent år i svensk politik har knappast undgått någon. Statsminister-omröstningarna avlöste varandra och varken för unga eller andra väljare var det alla gånger helt enkelt att följa med i turerna. När vi nu blickar in i valåret 2022 kan vi konstatera att Sverige har fått sin första kvinnliga statsminister. Det om något borde väl glädja en engagerad generation unga, som länge haft jämställdhet som en av de viktigaste politiska frågorna?

Svaret är att det visst gläder, men att det kanske ändå överskuggas av att det ökade politiska engagemang vi sett bland unga under flera år faktiskt övergått i en ny fas. För faktum är att det politiska intresset minskar svagt, samtidigt som känslan av att samhället är på väg åt fel håll breder ut sig. För första gången på länge minskar också andelen som tycker sig ha stora möjligheter att påverka samhället.

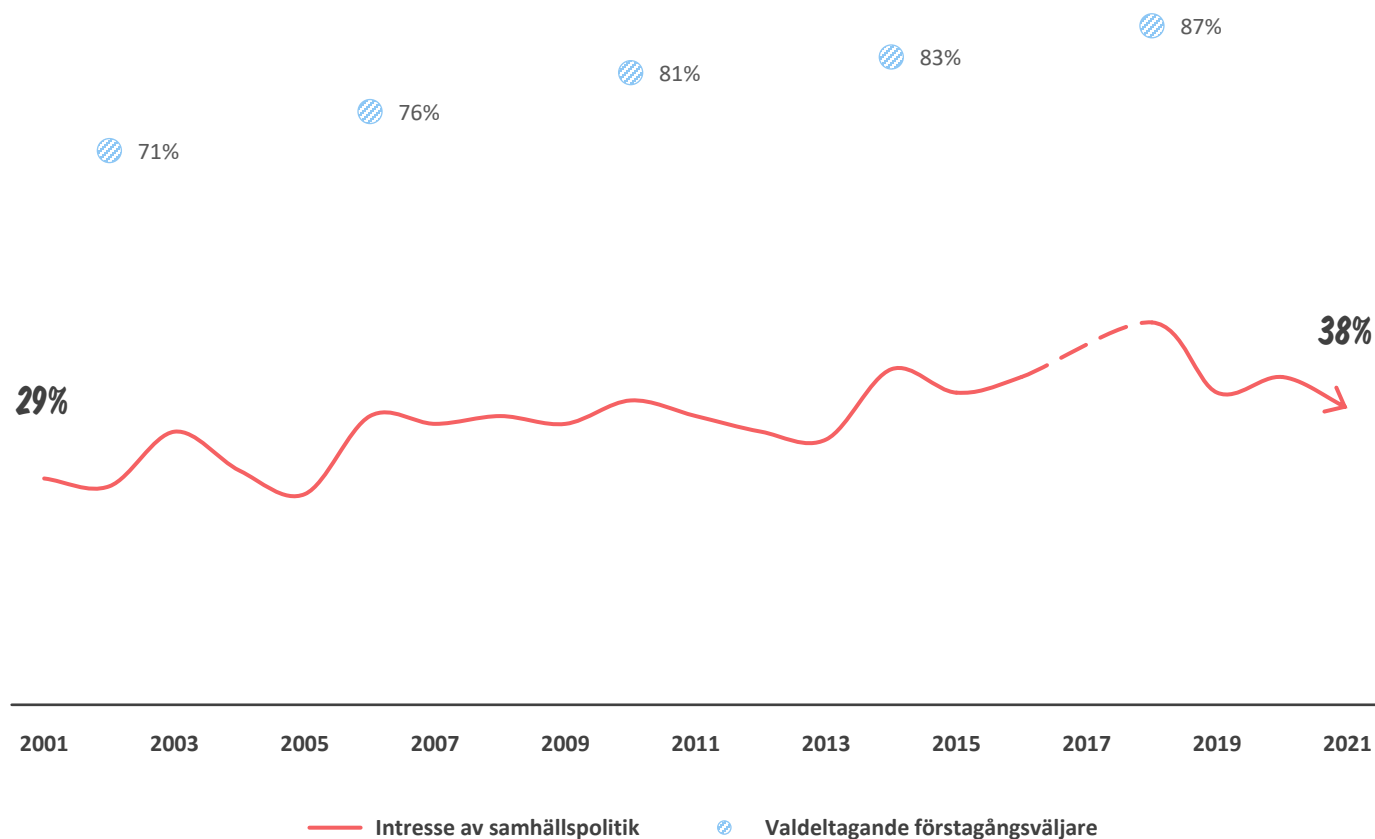
Det finns sannolikt flera förklaringar till denna utveckling. Många som varit engagerade i klimatfrågor har drabbats av viss desillusionering, då resultaten från ansträngningarna många gånger uteblivit och/eller överskuggats av pandemin. För andra grupper handlar det snarare om en allmän trötthet, och att andra frågor helt enkelt bara är viktigare just nu. Politik är alltså mindre trendigt.

Ekonomiska frågor återvänder

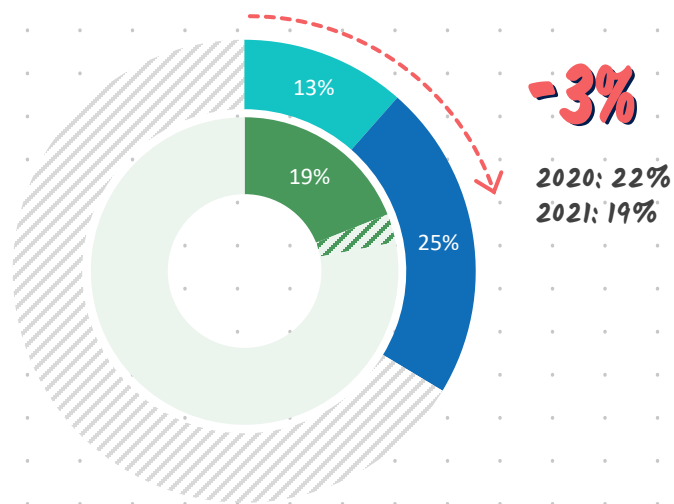
Utgångspunkten inför valåret är således ett engagemang något på dekis, men fortfarande på en betydligt högre nivå än till exempel Millennials hade under samma åldersperiod. Rätt spelat finns därför möjligheter både för partier och andra att pånyttföda engagemanget, men det kommer inte att vara lika enkelt som det såg ut för exempelvis tre år sedan.

Under dessa år har också prioriteringarna förändrats – som vi ska se i kapitlet har ekonomiska frågor återvänt som viktiga, medan frågor kring miljö, antirasism och jämställdhet ligger still eller minskar. Kanske har vi nått peak-woke? Det är för tidigt att helt svara på den frågan, men något som är tydligt är att det ser olika ut i olika grupper. Från att killars politiska preferenser under några år närmats sig tjejers i vissa avseenden, är det i årets studie tydligt att de återigen står mycket långt ifrån varandra.

Ungas samhällspolitiska intresse ligger fortsatt högt, även om det minskar något inför valåret 2022

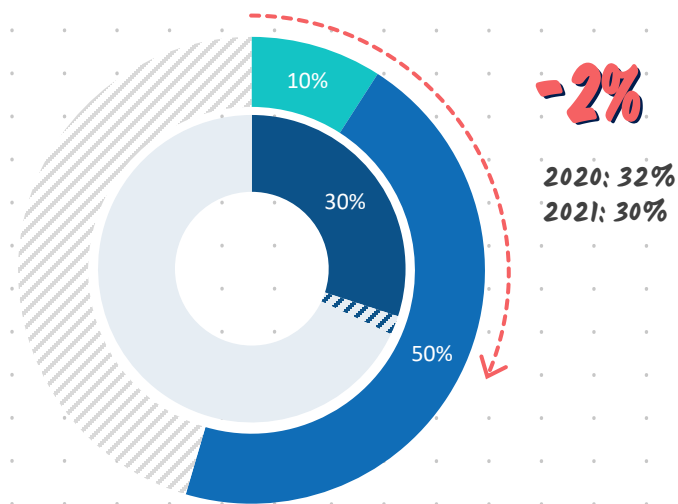


Likt det minskade samhällsintresset sjunker flera politiskt konnoterade identiteter något, men är fortsatt mycket vanligare bland tjejer



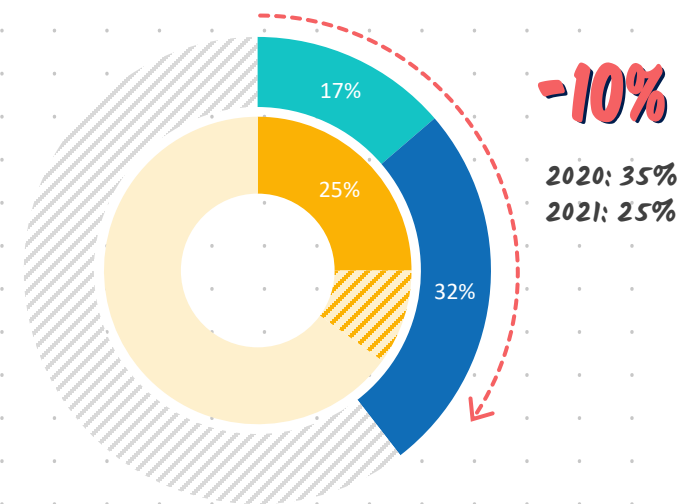
ANDEL UNGA SOM IDENTIFIERAR SIG SOM MILJÖVÄN

■ Tjej ■ Kille ■ Total



ANDEL UNGA SOM IDENTIFIERAR SIG SOM FEMINIST

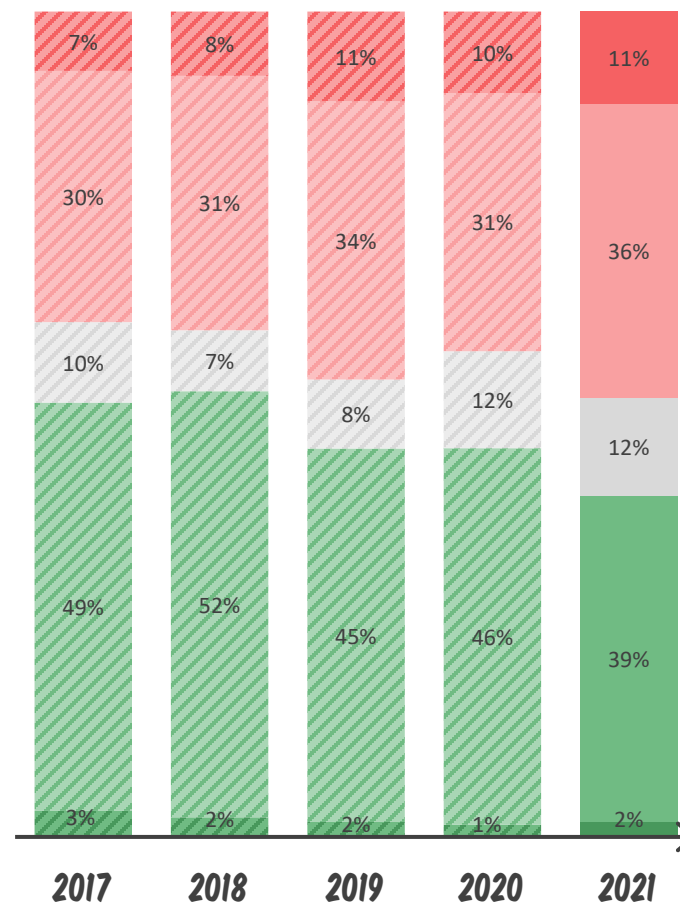
■ Tjej ■ Kille ■ Total



ANDEL UNGA SOM IDENTIFIERAR SIG SOM ANTIRASIST

■ Tjej ■ Kille ■ Total

Synen på samhällsutvecklingen fortsätter att vara relativt mörk, och har försämrats under det senaste året



47%

anser att samhällsutvecklingen är på väg åt **fel** håll.

- I helt fel riktning
- I delvis fel riktning
- Osäker/vet ej
- I delvis rätt riktning
- I helt rätt riktning

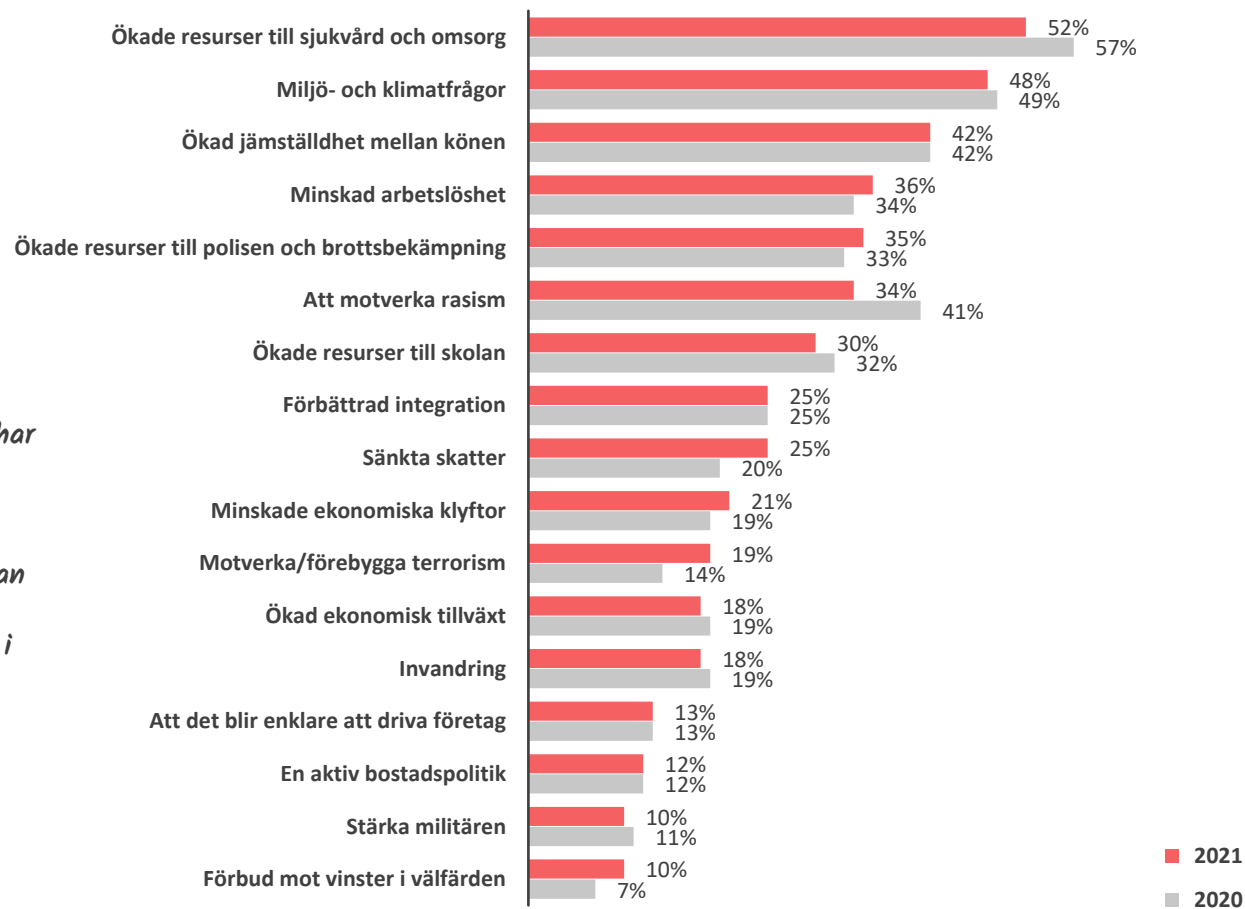


”Svårt att säga, tycker att ungdomar lite saknar intresse för politiken, alla röstar som föräldrar/kompisar alltid gjort eftersom det är det som förväntas i området. Hoppas dock på att hårdare tag mot miljön blir en viktig fråga, men tyvärr tror jag att det blir som vanligt med politiker som inte vill göra något åt saker de inte vinner kortsiktigt på”

— Kille, 18 år om valfrågor politiker bör fokusera på

Inför valåret syns relativt små skillnader i vilka samhällsfrågor som är viktigast jämfört med i fjol, men över tid är skillnaderna större

Sedan förra valåret har ökade resurser till polis, sjukvård och ekonomiska frågor blivit viktigare, medan jämställdhet och antirasism minskat i betydelse.



SKILLNADER 2017-2021

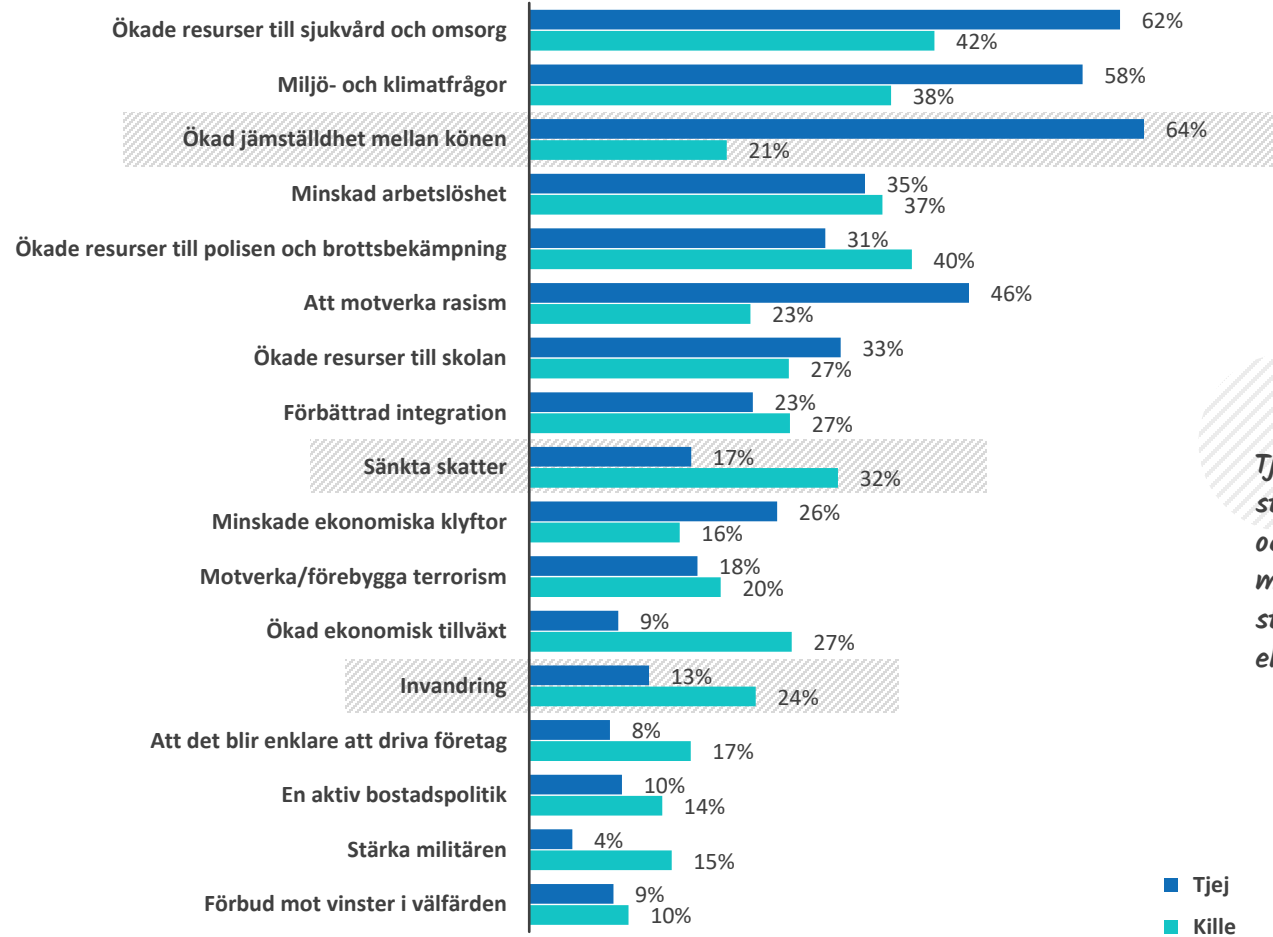
Vad har blivit viktigare sedan 2017?

- +9% Sänkta skatter
- +9% Ökade resurser till polisen och brottsbekämpning
- +8% Ökade resurser till sjukvård och omsorg
- +5% Ökad ekonomisk tillväxt
- +4% Minskade ekonomiska klyftor

Vad har blivit mindre viktigt sedan 2017?

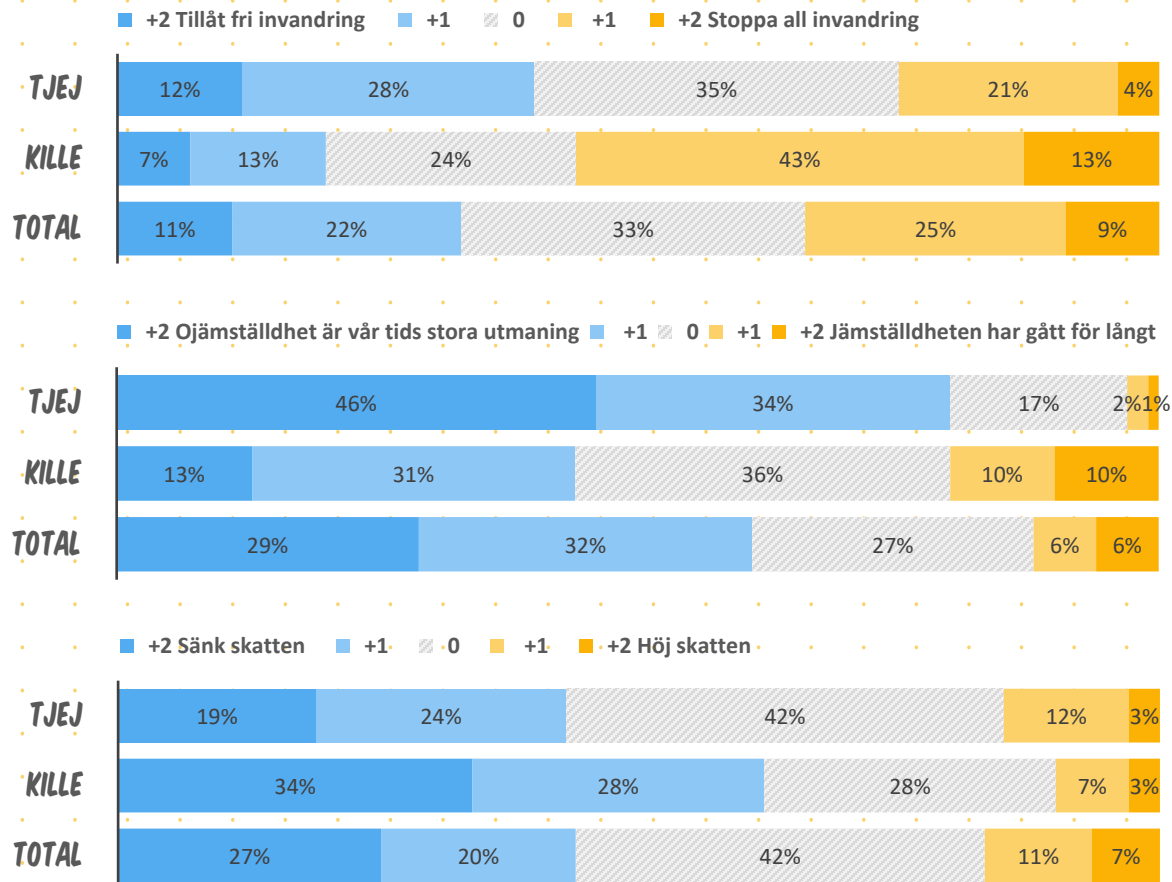
- 4% Ökad jämställdhet mellan könen
- 5% Ökade resurser till skolan
- 5% En aktiv bostadspolitik
- 7% Att motverka rasism
- 8% Motverka/förebygga terrorism

Skillnaderna i sakpolitiska prioriteringar mellan killar och tjejer är stora



Tjejer prioriterar jämställdhet, antirasism och miljöfrågor högre, medan killar lägger större vikt vid de ekonomiska frågorna

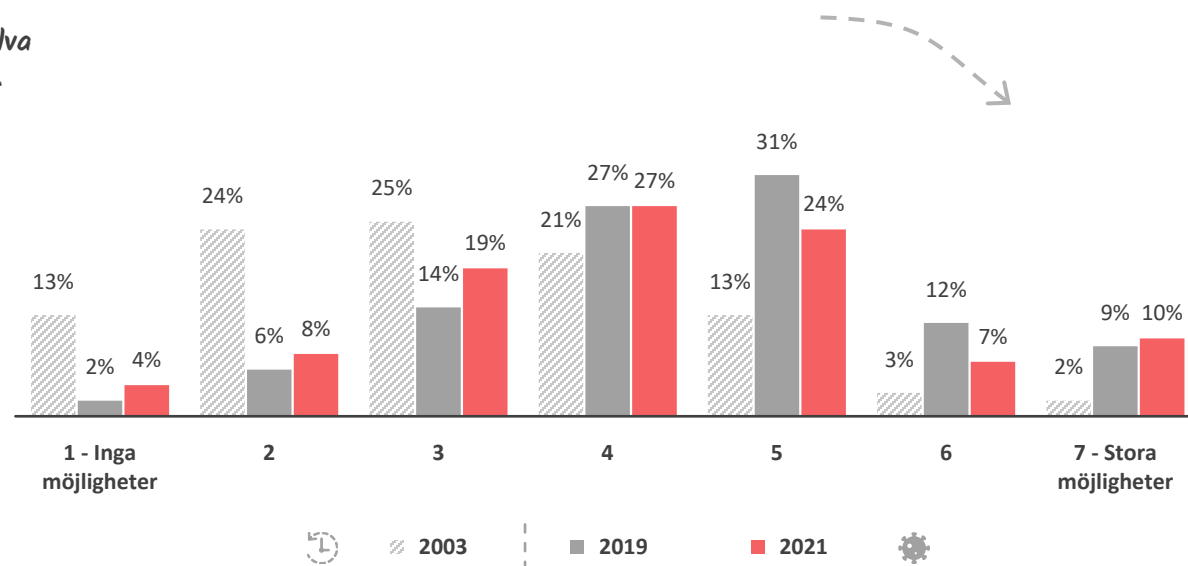
Skillnaderna mellan killar och tjejer blir mycket tydliga i fråga om synen på skatt, fri invandring och jämställdhetsfrågor



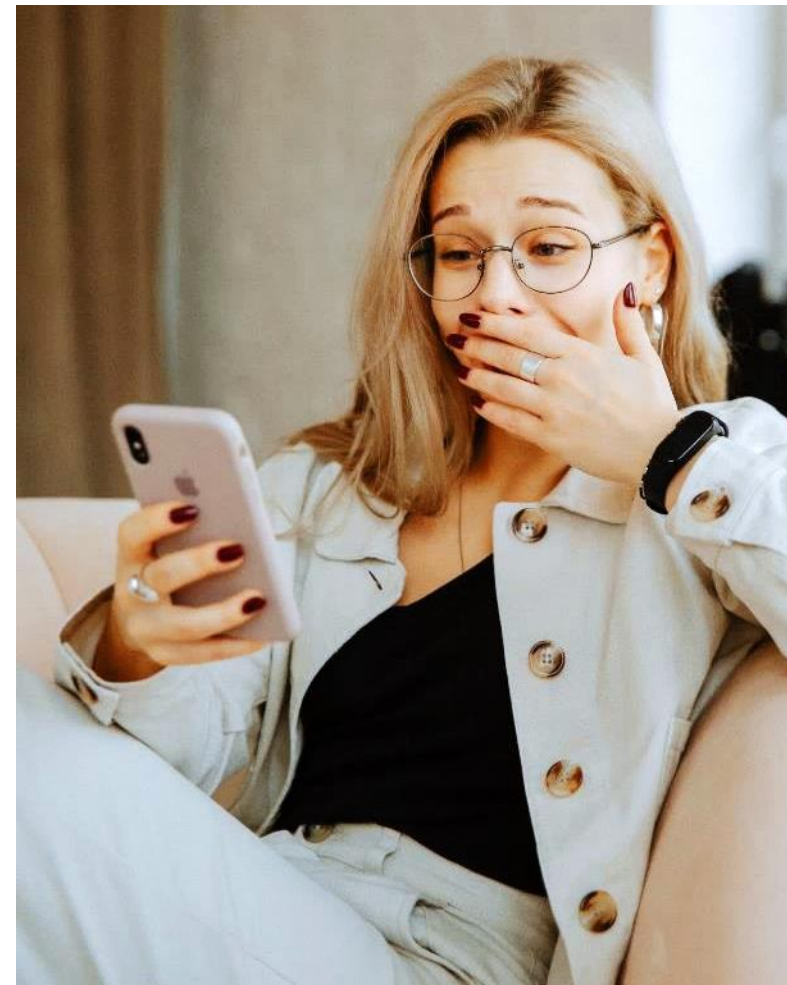
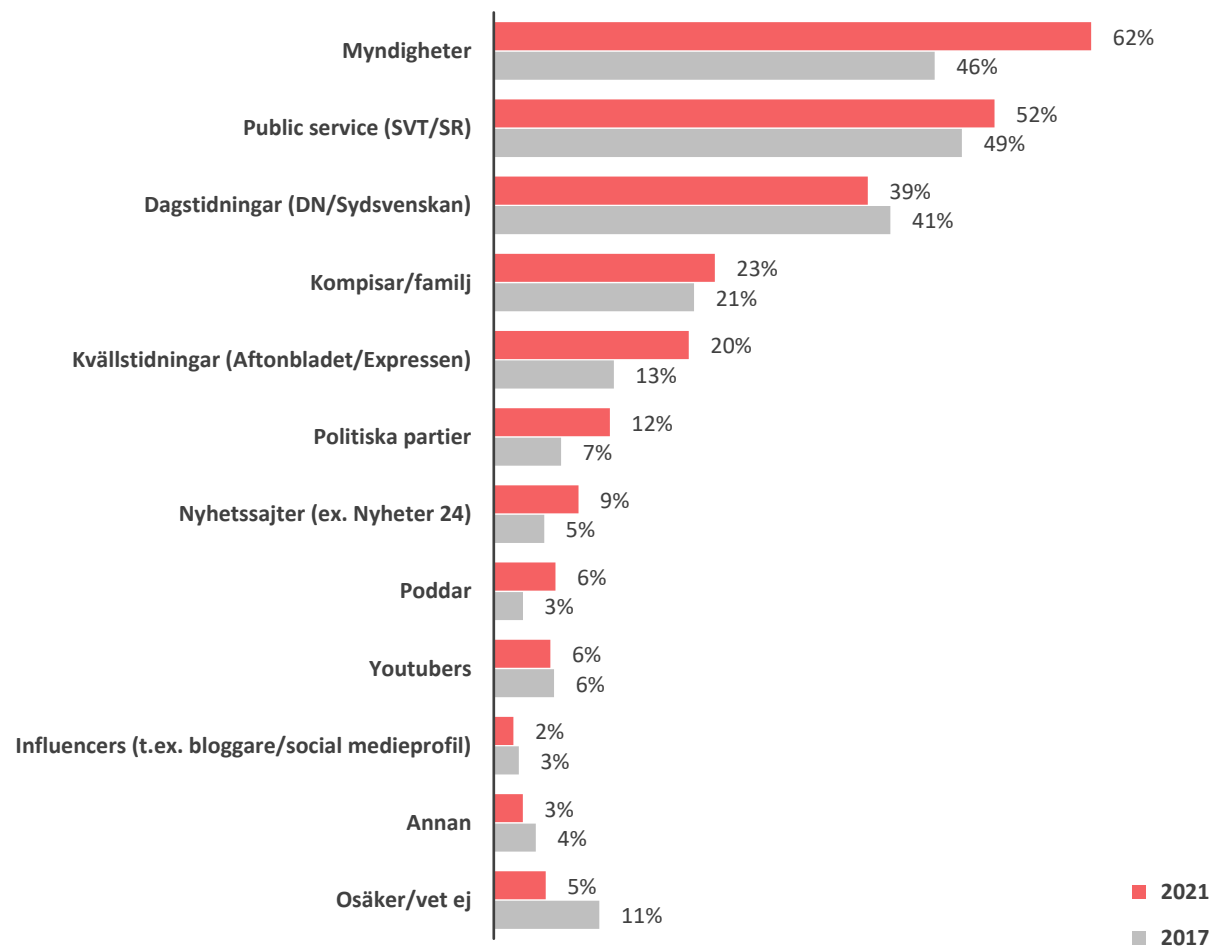
För första gången på många år minskar andelen unga som tycker sig ha stora möjligheter att påverka samhället

-11%

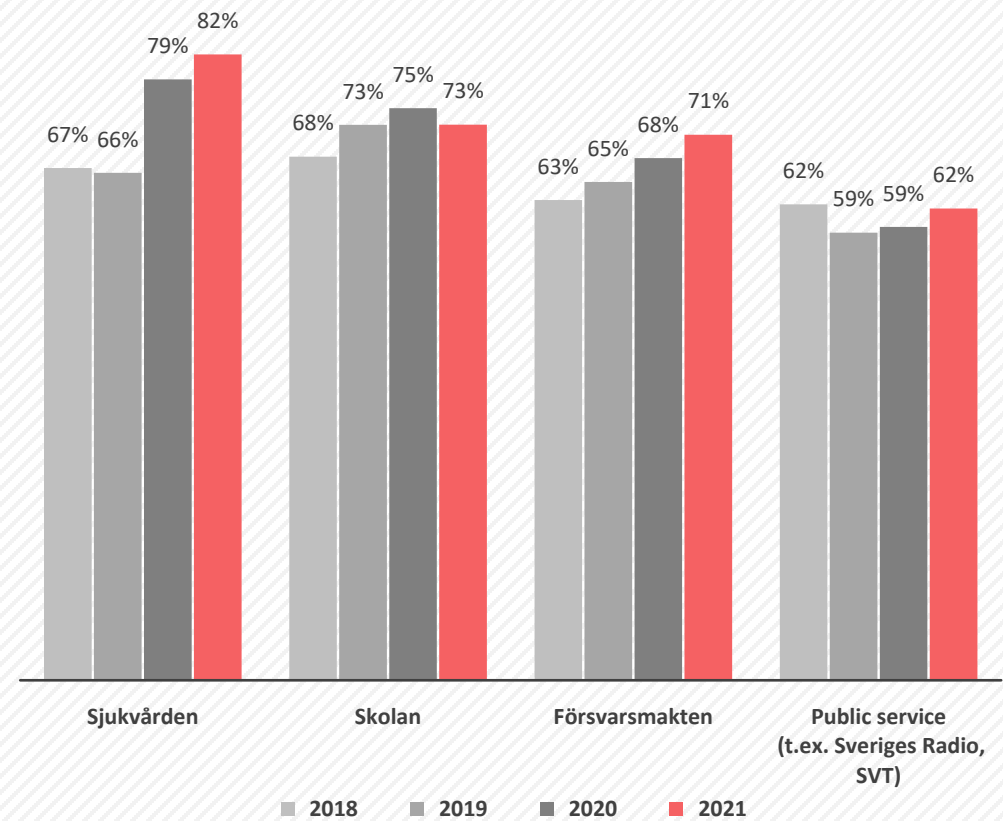
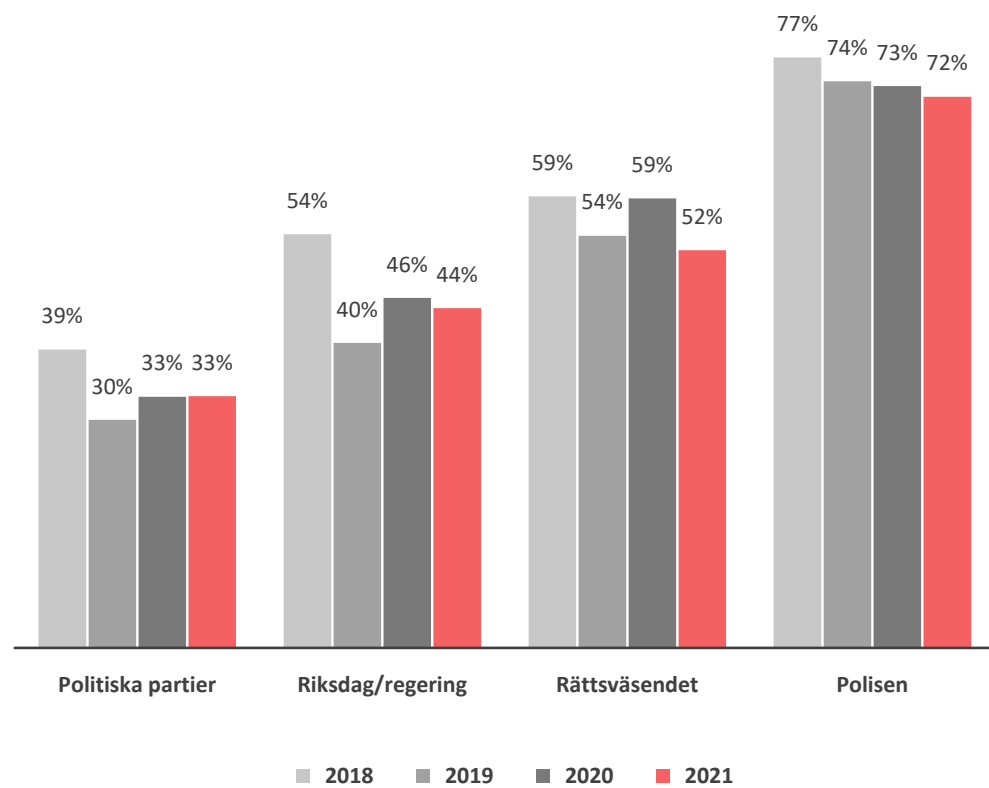
Sedan 2019 har andelen som svarar 5-7 "stora möjligheter" minskat med elva procentenheter.



Myndigheter toppar listan av trovärdiga källor i frågor om aktuella händelser. Kanske har utvecklingen förstärkts under pandemin?



Samtidigt minskar förtroendet både för politiken och rättsväsendet medan det ökar för sjukvården, skolan, försvaret och public service



FRAMTIDS- SPANING & REFLEKTION

En hel del spännande insikter bär vi med oss från årets mätning. Kanske mest spännande är det att reflektera kring vilka förändringar som blir skillnader även på sikt. Några saker som vi reflekterar särskilt över och som vi vill skicka med in i 2022 och framåt är:

Är pandemin startskott för ny YOLO-era?

I grund och botten är Gen Z en generation som spenderar mycket tid hemma, är individualister, och som högt värdesätter trygghet och medvetna framtidsval. Detta är faktum som består, men vi ser i årets mätning också intressanta förändringar som sker parallellt. Suget efter fest, glädjen hos många att faktiskt vara tillbaka på plats i skolan, och minskad stress kring utbildning och jobb får oss att fundera kring om Gen Z från och med nu kommer att visa ett större intresse även för de delar som är mer här och nu och har mer fokus på kul. Sannolikt kommer inte det ena utesluta det andra utan vi tror att Gen Z har potential att inleda en ny YOLO-era där den roliga och utforskande delen av att vara ung och leva nu, sker jämte tydligt fokus på utbildning och att skapa sig förutsättningar för framtiden.

Gemenskap framför grupptillhörighet

Det är ofta vi får höra funderingar kring hur en så individualistisk generation som Gen Z samtidigt beskrivs som en väldigt engagerad generation. Inte sällan blir individualism synonymt med egoism, för hur förklarar vi annars sviktande medlemstal i föreningar och politiska ungdomsförbund? Samhällsintresset hos Generation Z är fortsatt stort, även med årets förändringar i beaktning. Möjligheterna att påverka och ansvaret de känner inför det är större än hos många tidigare ungdomsgenerationer. Vad som dock är viktigt att förstå när vi pratar om unga idag är att de

rör sig bort från kollektiva handlingar i det traditionella formatet och starkt deterministisk grupp- och identitetstillhörighet. Detta sätt att identifiera och organisera sig ersätts i allt större utsträckning av communities. Communities utgör mer flexibla och komplexa (och ofta digitala) sammanhang av organisering, där unga individer kan känna gemenskap och genom individuella handlingar vara del av något större.

Detta är förstås en otroligt spännande utveckling att fortsätta följa och förhålla sig till när det handlar om att möta unga!

Blir Gen Z generellt mer lika Millennials?

Sist men inte minst en reflektion kring huruvida Generation Z närmar sig ungdomsgenerationen innan dem – Millennials. När det gäller fest och leva livet här och nu som vi nämnde i första punkten så finns anledning att tro det. Bland de trender som unga förutspår för 2022 ser vi också att influenser från Millennial-generationens ungdomsår återkommer (se nästa sida för ett urval!). Trots allt tror vi dock att den utbredda trygghetssökande aspekten som finns hos Gen Z, och den medvetenhetsnorm som råder är bestående. Den ”nya” mixen av Gen Z och Millennial-attribut ger en kittlande tanke att det kanske är en helt ny ungdomsgeneration som vi ser tar form just nu? Det får framtiden utvisa.

TRENDER 2022 - ENLIGT UNGA

REJVENNS FORTSATTÅ ÅTERKOMST

Utan att kanske ha hunnit slå i breda grupper i Gen Z hamnade den Millennial-drivna rejvskulturen på paus under pandemin (nåja). Mycket pekar på att den kan återuppstå igen men framförallt är det kanske mer ett uttryck för ungas längtan efter: FEST!

BOSTADSSPAR I BITCOIN?

Inte bara att spara i sig utan att investera i framtiden är vad vi kommer se mer av enligt unga. Oavsett om det är målsättningar som handlar om tidigt ekonomiskt oberoende eller bostadsköp så är snackas det aktier, fonder, och krypto.

VILL DU LÄSA MER OM 2022 ÅRS TRENDER?

Spana in vår Trendrapport!

Klicka här för att ladda ner rapporten



KOREANSK POPULÄRKULTUR

Om K-pop för ett par år sedan gläntade på dörren till koreansk populärkultur, så är det kanske Squid game som gör det mainstream. Vi ser i vilket fall att koreanska språkkurser, filmer och anime är vad unga vill konsumera under 2022!

INGET SKOLK

Unga tycks ganska pepp på att gå i skolan igen, de ser fram emot att jobba och dessutom hör vi att det är både motiverande och viktigt att ha koll på arbetsmarknaden. Blir 2022 året med högst elevnärvaro i skolan någonsin?

BÖRJAN PÅ METAVERSE?

Trötta på Teams-lektioner, passivt slötittande och erfarna av hur skadligt isolering och sociala medier kan vara för den mentala hälsan. Många unga tror att passivt tidsfördriv på Insta i allt större uträkning kommer att ratas för mer häng i gruppchattar och nyttja gruppfunktioner på olika plattformar, multiplayer spel, göra TikToks i grupp.




KONTAKT:

Jessica Åkerström

jessica@ungdomsbarometern.se

Ulrik Hoffman

ulrik@ungdomsbaromtern.se

A person wearing a dark, hooded jacket and a red and blue patterned scarf is taking a photograph with a camera. The background shows a vast, open landscape with mountains under a clear sky. The text 'APPENDIX: FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN' is overlaid on the image.

APPENDIX:
FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN:

Intervjumetod: Digital enkätundersökning

Målgrupp: Unga i Sverige 15-24 år

Fältperiod: 4 oktober – 11 November 2021

Antal intervjuer i studien totalt: 17 809 st.

Verktyg

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

Urvalsram & urval

I tabellen till höger jämförs 2020 års aktuella siffror för ungdomar 15-24 år i Sverige (enligt den senaste befolkningsstatistiken från SCB) med siffror från Ungdomsbarometern 2021.

	Sverige 2020 (SCB):			UB 2021 - Totalt:		UB 2021 - Totalt:	
KÖN	ANTAL:	I %	ANT. RESPONDENTER:	I %	ANT. RESP. → VÄGNING:	I %	
Tjej	550 497	47,6%	11 098	62,3%	8 366	47%	
Kille	605 543	52,3%	6 436	36,1%	9 168	51%	
TOTALT	1 156 040	100%	17 534	98,4%	17 534	98,4%	
ÅLDER	ANTAL:	I %	ANT. RESPONDENTER:	I %	ANT. RESP. → VÄGNING:	I %	
15 år	117 918	10,2%	597	3,4%	1 667	9,4%	
16 år	117 608	10,2%	2 174	12,2%	1 842	10,3%	
17 år	116 079	10,0%	2 399	13,5%	1 813	10,2%	
18 år	113 980	9,9%	2 381	13,4%	1 784	10,0%	
19 år	110 991	9,6%	1 842	10,3%	1 719	9,7%	
20 år	113 570	9,8%	1 822	10,2%	1 763	9,9%	
21 år	117 660	10,2%	1 837	10,3%	1 826	10,3%	
22 år	114 536	9,9%	1 717	9,6%	1 771	9,9%	
23 år	113 938	9,9%	1 598	9,0%	1 766	9,9%	
24 år	119 760	10,4%	1 442	8,1%	1 857	10,4%	
TOTALT	1 156 040	100%	17 809	100%	17 809	100%	
RIKSOMRÅDE /NUTS2	ANTAL:	I %	ANT. RESPONDENTER:	I %	ANT. RESP. → VÄGNING:	I %	
Stockholm	257 844	22,3%	4 033	22,6%	3 978	22,3%	
Östra Mellansverige	205 351	17,8%	3 631	20,4%	3 195	17,9%	
Småland med öarna	98 050	8,5%	1 422	8,0%	1 506	8,5%	
Sydsverige	173 959	15,0%	2 775	15,6%	2 675	15,0%	
Västsverige	229 776	19,9%	3 396	19,0%	3 495	19,6%	
Norra Mellansverige	90 982	7,9%	1 167	6,6%	1 402	7,9%	
Mellersta Norrland	39 367	3,4%	446	2,5%	610	3,4%	
Övre Norrland	60 711	5,3%	939	5,3%	949	5,3%	
TOTALT	1 156 040	100%	17 809	100%	17 809	100%	

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 region¹. 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 signifikanstest eller bortfallsanalys. Däremot är största delen av respondenterna slumpmässigt rekryterade och vi genomför även ett helt slumpmässigt referensurval i ett register baserad på uppgifter från SPAR, för att säkerställa resultatens reliabilitet (se nästa sida). Viktning av resultaten har genomförts med hjälp av de tre aktuella urvalsegenskaperna (kön, ålder och region).

Datainsamling & Vägning

Datainsamlingsperiod för årets studie var mellan 4:e oktober till den 8:e november 2021. Samtliga svar i undersökningen har inhämtats digitalt genom datainsamlingsverktyget Confirmit. 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 baserad 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 824 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 17 809. 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.

¹De aktuella regionerna vi använt är de regioner som går under benämningen NUTS2. NUTS 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.

VILL DU VETA VAD SOM HÄNDER I ANDRA OMRÅDEN AV UNGDOMSSVERIGE?



Ungdomsbarometern 2022 sammanställs i sju olika temarapporter:

- **GENERATION, LIVSSTIL & SAMHÄLLE**
Beskriver Generation Z, hur livet uppfattas under pandemin och synen på samhället
- **GYMNASIERAPPORTEN**
Beskriver valet av gymnasieskola, - program och hur unga helst vill ha information
- **HÖGSKOLERAPPORTEN**
Beskriver vad unga vill göra efter gymnasiet samt inställningen till olika utbildningar och lärosäten
- **ARBETSLIV & FACK**
Beskriver var och hur unga vill jobba samt inställningen till facket
- **MAT & MÅLTIDER**
Beskriver ungas matkonsumtion och vad som påverkar vad unga äter
- **KONSUMTION & EKONOMI**
Beskriver ungas syn på den egna ekonomin och hur de konsumerar
- **ENGAGEMANG & KOMMUNIKATION**
Beskriver ungas tillvägagångssätt för engagemang och deras relation till sociala medier

Utöver dessa genomför vi en stor mängd breda och smala analyser inom rapportområdena!

Hör av dig om du vill veta mer!

