

TRENDER 2024 – ENLIGT UNGA

// EN TRENDSPANING BASERAT PÅ 15 000 UNGA RÖSTER



ungdoms
barometern



**”0,5 kameror på telefonen!
Alla älskar att ta bilder i 0,5
och jag tror det är den stora
trenden. Det blir coola bilder
och man får med mycket mer!
Jag tror därför att många
kommer skaffa en ny telefon”**

Tjej, 20 år

GENERATION Z TRENDSPANAR INFÖR 2024

Inom ramen för Sveriges största ungdomsstudie låter Ungdomsbarometern varje höst tusentals unga spana om nästa års stora trend. Med över 15 000 medverkande i hela studien har vi fått in 7 254 unika trendspaningar som ligger till grund för den rapport du nu har framför dig. De stora temana som hållbarhet och sociala medier återkommer bland ungas trendspaningar från år till år, därför gräver vi lite djupare för att för hitta nya trender och tendenser bland ungas framtidsspaningar. Tydligt i år är att AI har gjort entré med besked och etablerat sig som mer än bara en trend bland Sveriges unga. Precis som Barbie-filmen i mångt och mycket ledde trendtåget 2023, spås också flera olika premiärer och evenemang blir trendsättande 2024.

Utmärkande för årets trendspaningar är ett ökat fokus på ekonomi, hälsa och estetik, där vi inom respektive område ser ett antal trender som nästan går stick i stäv med varandra. Det verkar som att inflationseffekter och en allmänt orolig omvärld gett upphov till ett antal copingmekanismer där vissa lägger fokus på det egna välmåendet och att sänka tempot, och andra handlar om att

gå på offensiven och öka tempot. Att killar och tjejer verkar vara överrepresenterade på varsin sida av spektrat gör bara årets trendspaningar än mer intressanta.

Såklart har vi även i år tagit hjälp av artificiell intelligens för att identifiera de stora temana (och små trenderna). Insikterna i denna rapport har sedan analyserats och sammanställts av analytiker som varje dag arbetar i direktkontakt med ungdomssverige. På detta sätt kan vi leverera en trendrapport som ger både bredden av 15 000 unga röster och djupet av kvalitativ analys, fylld av våra analytikers erfarenheter, spaningar och observationer.

Let's get into it!

UB:S TRENDTEAM:

Projektledare: Johanna Göransson
Analytiker: Cecilia Wahlgren
och Henrik Jodén
Form och illustration: Sofie Jonsson

AI, EN SJÄLVKLAR DEL AV FRAMTIDEN

Vi börjar med Artificiell Intelligens (AI), ett dominerande tema bland årets trendspaningar och bevisligen något unga förknippar starkt med framtiden. 2023 blev året som AI fick sitt stora genomslag, inte minst bland ungdomar som ofta är tidiga med att utforska ny teknik. Unga resonerar själva hur de på olika sätt bekantat sig med AI under året och spår att det kommer att fortsätta under 2024. Därför tycker vi att det är extra intressant att bena ut vilka relationer de skapar till AI. Ser de AI som en personlig assistent? En nyfunnen vän? Eller till och med en potentiell partner?

1. AI SOM PERSONLIG ASSISTENT

För flera unga har AI erbjudit en möjlighet att få en smart assistent som kan hjälpa dem med vardagsuppgifter som är tidskrävande, tråkiga eller där man själv saknar kunskap. Det kan vara att söka ny information, planera en handlingslista, skapa ett träningsschema eller en månadsbudget. Plötsligt kan alla ta hjälp av en personlig assistent som frigör tid till att chilla eller hitta på roligare saker.

”Nya ”Siri” fast som AI. En personlig assistent som finns i telefonen som kan hjälpa med recept, ekonomi och budget, planering och organisering och hjälp i skola med research osv...”
Tjej, 21 år

”AI kompisar. [...] AI language models som är designade att socialt umgås med folk och på så sätt kunna vara den ”perfekta” kompisen i alla lägen.”

Kille, 23 år

2. AI SOM KOMPIS

Samtidigt finns det unga som interagerar med AI som en form av underhållning och tidsfördriv utan ett konkret syfte. De ser AI som någon att hänga, prata och diskutera med. Likt en vän som delar ens intressen, lyssnar på ens funderingar och står på ens sida. Antalet appar och hemsidor som låter användare skapa AI-vänner utifrån intressen och personlighetsdrag växer exponentiellt, ett tåg som sociala medie-jättarna (med Snapchat i spetsen) också är måna om att komma med på och integrera på sina plattformar.

”Att killar skaffar en AI flickvän som man behandlar som en riktig person, antingen på grund av man är nyfiken och tänker det som ett roligt experiment eller på grund av att man inte har någon flickvän eller vänner som man kan prata med.”

Kille, 17 år

3. AI SOM PARTNER

Vidare är steget mellan att chatta med en artificiell vän och en romantisk partner kanske inte så stort. Flera AI appar och hemsidor inkluderar redan parametrar som utseendepreferenser och flörtighet. Gen Z är dessutom den första generationen som i huvudsak träffar sin partner via dejtingappar – hur stor skillnad är det egentligen att chatta med en främling på Tinder vs. med AI?





"I samband med den nya Willy Wonka-filmen med Timothée Chalamet i huvudrollen, så upplever jag att det kommer bli en trend kring de små figurerna Oompa Loompas. Filmen kommer ut i december 2023 så trenden kommer nå ut till unga i början av 2024."

Kille, 23 år

HYPEADE HAPPENINGS

Det finns en hel del saker som unga redan nu ser fram emot under 2024 och tror att det kan skapas en hype kring under det kommande året. Mot bakgrund av vad vi ser i andra studier så vet vi att hype är en avgörande faktor för att forma trender och att få ett brett genomslag bland unga.

Barbiefilmen är ett tydligt exempel från i år som plockades upp i allt från trendande estetiker och låtar som i samhällsdebatten. På frågan vilken

"Att vara en Swiftie (Taylor Swift fan). Hennes turné kommer till Sverige för första gången i vår och baserat på hur hon påverkat samhället i USA kommer troligen något liknande hända här."

Tjej, 19 år

"Deadpool, den 3:e filmen kommer ut 2024 och iom hur ikonisk Deadpool (och Wolverine som också är med) är så är vad som än händer i filmen ämnad att bli en trend åtminstone på sociala medier."

Kille, 21 år

händelse eller lansering som kommer att skapa ringar på vattnet 2024 hör vi exempel som Beetlejuice 2 och Grand Theft Auto 6.

Definitionen av hype är överdriven optimism. Kanske är behovet av att längta efter roliga saker och mäktiga händelser extra stort just nu i annars rätt dystra tider?

"Jag tror GTA6 kommer va den största trenden, för att det är ett öppet spel som man kan skapa oändligt mycket media och videos på."

Kille, 16 år



TRENDER OCH MOTTRENDER

Redan i förra årets trendrapport pratade vi om trender och mottrender bland unga i stort, ett fenomen som framkommer ännu tydligare när vi tittar på årets trendspaningar. Bland dem återkommer tre tydliga teman; ekonomi, hälsa och estetik, att tolka som makrotrender. Hur unga förhåller sig till dessa ser däremot väldigt olika ut beroende på vem vi frågar. I årets trendspaningar framkommer dock två övergripande förhållningssätt till dessa makrotrender: att sänka tempot och fokusera inåt eller motsatt, att höja tempot och fokusera utåt. De motsatta förhållningssätten

driver i sin tur på vilka mikrotrender som unga nämner i sina trendspaningar, vilka vi kommer att brodera ut i denna trendrapport.

En insikt som vi tar med oss från årets trendspaningar är att skillnader i förhållningssätt till respektive makrotrend till stor del korresponderar med kön, där vi ser att fler tjejer ter sig mot att sänka tempot på olika vis, medan killarna tenderar att höja tempot. Det betyder dock såklart inte att alla tjejer kommer att leva #slowlife eller alla killar går in i #monkmode.



EKONOMI

SLÖSA MINDRE

Under det senaste året har det varit svårt att undgå att vi lever i tuffare ekonomiska tider med hög inflation och en svag svensk krona. En del av ungdomssverige menar på att de kommer att konsumera mindre och smartare år 2024, något vi i synnerhet hör bland unga tjejer. Recession core, dupe-culture och no spend week är tre mikrotrender som ger uttryck för detta förhållningssätt till ekonomi.

”Intresse för lyxklockor verkar bli mer mainstream och de kostar mer än vad de flesta vill eller kan lägga på en accessoar. Dessutom blir hemsidor som pandabuy mer populära för att folk vill se rika ut men inte har pengarna för det.”

Kille, 19 år

I. DUPE-CULTURE

Som ett inlägg i debatten om varumärkens betydelse lyfter flera unga fram genomslaget av konsumtionsbeteendet dupe-culture, vilket fått stor spridning, inte minst genom TikTok. Trenden går ut på att hitta och tipsa om billiga kopior (duplicates) av olika exklusiva produkter. Att köpa en ”dupe” anses i den här kontexten som ett sätt att konsumera medvetet och att få ut mer för pengarna, snarare än att köpa något som är fejk. Temu, Shein och Amazon är tre exempel på hemsidor som unga vänder sig till för detta ändamål.



”Att ”få så mycket saker för så lite pengar som möjligt”. Därav tror jag att mycket kommer köpas från varumärken som säljer fast fashion såsom shein.”

Tjej, 20 år

2. NO SPEND CHALLENGE

Att unga får upp finansiella tips och trix i sina sociala medier är inte ett nytt fenomen. En utmaning som levt länge men som nu också når ut till allt fler unga är ”No spend challenge”. Ett sätt att gameifiera och göra en roligare grej av att spara pengar, genom att periodvis kapa alla utgifter utöver det allra nödvändigaste. En tiktok-utmaning som kanske rimmar väl med årets fattigaste månad, januari?



40%

FYRA AV TIO UNGA
TYCKER ATT DET
VIKTIGASTE JUST
NU ÄR ATT VARA
TILLSAMMANS MED
FAMILJEN

”Vi lever i en tid som präglas av ekonomisk osäkerhet. Det ger ringar på vattnet i alla delar av livet. [...] Vi söker trygghet i en otrygg tid vilket leder till ökad konservatism och nationalism. Jag tror att den stora trenden kommer vara sådant som var populärt i början av 2000-talet, sålunda det som dagens unga uppfattar som trygghet.”

Tjej, 19 år

3. RECESSION CORE

En strömning vi hör bland unga är att omfamna lågkonjunkturen och ett mer återhållsamt sätt att leva. Att bara tillgodose de nödvändiga behoven och minska på överflödiga konsumtion. Vi hör även att vissa kopplar ihop recession core med att ha mer traditionella eller konservativa värderingar, exempelvis i form av att fokusera allt mer på familjen och hemmet - ens närmsta trygga sfär.



EKONOMI

TJÄNA MER

För de som inte kan tänka sig att skära ned på sina omkostnader när tiderna blir tuffare ekonomiskt finns det bara en alternativ lösning; tjäna mer! En mottrend som samexisterar med tendensen att skära ned på sin konsumtion är därför (såklart) att öka sina inkomster, något som framför allt nämns bland unga killar. Att entreprenörsandan fortfarande trendar ser vi både i ungas egna trendspaningar och på andra håll, till exempel när vi frågar vad unga är intresserade av att göra efter de tagit studenten.

”Nästa års stora trend kommer vara att bli mentalt starkare och ostopppbar! Jag ser många som pratar om självförbättring och hur du blir mer produktiv, starkare och får bättre självförtroende.”

Kille, 16 år

4. SYSTEM FÖR ÖKAD PRODUKTIVITET

För att öka sina inkomster är det första steget ofta att bli mer produktiv och det finns många system och rutiner att välja mellan. Oavsett om det handlar om att prova den senaste morgonrutinen, jobba enligt pomodoro-metoden eller lära sig time blocking är det tydligt att olika system och metoder för att bli mer produktiv är en central del av att öka sina inkomster.



”Entreprenörskap och tjäna pengar eftersom det kommer vara jobbigt med ekonomin.”

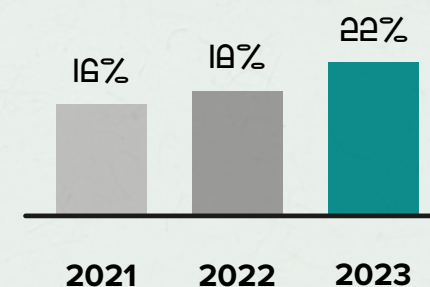
Kille, 21 år



”Att marketflippa, alltså att köpa saker billigt på hemsidor och sedan sälja dom för det dom faktiskt är värda tror jag kommer bli stort eftersom många ungdomar har det svårt med pengar och kommer vilja tjäna lite extra pengar.”

Kille, 16 år

Andel killar som helst vill
”starta eget” efter gymnasiet:



5. SIDE HUSTLE

Oavsett hur produktiv du blir har dygnet bara 24 timmar och många unga vill gärna se beloppet på bankkontot växa medan de exempelvis studerar. Flera nämner därför någon typ av side hustle som nästa års stora trend. Trender som nämns på det här temat är att skaffa sig fler inkomstkällor genom att lära sig programmera eller tjäna pengar på sociala medier. Andra pratar om att investera i dyra produkter som inte tappar i värde eller ”marketflippa” genom att köpa begagnade saker billigt för att sedan sälja dem dyrare.



6. ENTREPRENÖRSSKAP

Både TikTok och Instagram beskrivs av unga som fyllda med tips om vilka karriärsväl som är mest lönsamma, hur du startar eget företag och hur du utvecklar en ”executive presence” för att uppfattas som mer professionell och snabbt göra karriär. Kanske handlar denna enterprenörstrend framför allt om hur många unga (framförallt killar) vill uppfattas, men vi ser även i annan data att intresset för att ”starta eget” växer.

10 RULES TO HAVE A PRODUCTIVE DAY

LET'S GET STARTED

10

do the hardest
task first



9. Feed your brain

8.
FIRE UP YOUR
ENDORPHINS

7. work with
your phone in
another room



6. Focus on one task at a time.
6. **Focus** on one task at a time.
6. Focus **on** one task at a time.
6. Focus on **one** task at a time.
6. Focus on one **task** at a time.
6. Focus on one task **at** a time.
6. Focus on one task at **a** time.
6. Focus on one task at a **time**.

5. TAKE
UNPLUGGED
BREAKS

4. HAVE A
CLUTTER FREE
SPACE

3. USE THE
POMODORO
TECHNIQUE

2.
TIMEBLOCK

1. SLEEP GOOD
REAL GOOD

"Tunnbrödsrullen! Som studier visar håller de "coola" hamburgareställen på att försvinna bort. Jag tror att den klassiska tunnbrödsrullen med korv och mos kommer vara den stora ersättaren!"

Tjej, 23 år



HÄLSA

BALANSERA

Att leva ett hälsosamt liv är något unga prioriterar högt och tänker allt oftare på, så det är inte förvånande att hälsotrender nämns när unga spanar in i 2024. Även här ser vi två motsatta spår som relaterar till välmående och hälsa. Flera tjejer fokuserar på att uppnå välmående inifrån och ut genom att sänka prestationskraven, medan killar istället höjer ribban och fokuserar ännu mer på maximal prestation.

I. HOLISTISK HÄLSA

Vissa unga vänder sig till ett holistiskt synsätt som utöver fysisk och mental hälsa även innefattar känslomässiga, sociala och andliga komponenter i syfte att främja välmående inifrån och ut. Medveten meditation och affirmationer är två verktyg som används för att se inåt och komma åt negativa tankar och stress. TikTok-trender som cozy cardio (att konditionsträna på ett avslappnat och mysigt sätt) eller hotgirlwalk (att ta en promenad samtidigt som du tänker på positiva aspekter/ personer i ditt liv) är ytterligare tecken på att träna för att må bra, snarare än att prestera.

”Mindfulness och mental hälsa. Att ta hand om sig själv via t.ex yoga, meditation, bra kost osv kommer vara en stor grej 2024.”

Tjej, 21 år



11%

EN AV TIO
TJEJER UTÖVAR
MINDFULNESS
REGELBUNDET



”Att ta avstånd ifrån dopamin-fällor (tiktok, instagram reels osv) och istället börja pyssla med ”verkliga” hobbies som att baka eller virka.”

Kille, 23 år

3. MINSKAD SKÄRMTID FÖR ÖKAD BALANS

Det förvånar kanske inte heller att unga kopplar samman ett mer balanserat och hälsosamt liv med minskad skärmtid. Dels för att det frigör mer tid för kreativa och sociala aktiviteter, men också för att man upplever att sociala medier negativt påverkar ens mentala hälsa. Det är svårt att sluta scrolla. Att skala ner på användandet av sociala medier utgör därmed ytterligare en beståndsdel i att skapa en mer balanserad vardag.

2. SLOW LIFE OCH KREATIVA AKTIVITETER

För kunna varva ner och minska stressen är det också viktigt att hitta meningsfulla aktiviteter i vardagen. I ungas trendspaningar är det flera som nämner att de vill ägna mer tid åt exempelvis virkning, stickning, läsning eller drejning. Man vill spendera mer tid på aktiviteter som är kreativa, metodiska, avslappnande, skärmfria och som går att göra tillsammans med en vän – för att man helt enkelt mår bra av det. Kanske ser vi ett nytt uppsving av kreativa hobbys bland unga 2024, likt under pandemiåren?

73%

TRE AV FYRA UNGA
UPPLEVER ATT
DE SPENDERAR
FÖR MYCKET
TID FRAMFÖR
SKÄRMAR



OPTIMERA

I andra vågskålen ser vi istället ett förhållningssätt till hälsa som bygger på att optimera och maximera. Flera av de trender som unga pratar om på det här temat handlar om att effektivisera den mentala hälsan och när det kommer till den fysiska hälsan ligger fokus på utseendet.

4. LOOKSMAXXING

Looksmaxing nämns av flera killar som en trend som kommer bli mer mainstream under det kommande året. Begreppet looksmaxing har sina rötter i gaming-världen och handlar om att ”maxxa” sitt utseende på samma sätt som du kan maximera statistiken på din spelkaraktär. Strikta livsstilar med mycket träning och skin-care som Patrick Batemans livsstil från filmen ”American Psycho” är exempel på ledstjärnorna inom den här trenden.



5. MONKMODE

För att kunna prestera är det även viktigt att optimera sin mentala hälsa. Exempel på trender som nämns på det här temat är monkmode som handlar om att maximera sin prestation genom isolering, introspektion och fokus på ett specifikt antal mål. Konceptet är lånat från den återhållsamma livsstilen som munk och används för att snabbare utvecklas inom vissa områden genom att göra avkall på annat.

6. DIGITAL DETOX FÖR OPTIMALT FOKUS

Även för de unga som vill optimera sin hälsa ingår ofta ett mer återhållsamt förhållningssätt till sociala medier. Termer som nämns på det här temat är ”digital detox” eller ”dopamine detox”. Genom att avstå från sociala medier och återställa dopaminnivåerna hoppas många både få bättre koncentrationsförmåga och bättre mental hälsa.

@imangadzhimoments (2023-05-27) Is Monk Mode for you? [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGeRQJv5Y/>
@_fcmotivate (2023-04-27) Erling Haaland secret to recovery and sleep [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZGeRQMkrd/>

The Definitive Guide to Looksmaxing for Men

Skincare 101

Nutrition Matters

Sleep Well

Physical Fitness

Oral Hygiene

Level 1: Core Overhaul

Level 2: Advanced Aesthetics

Level 3: Tailor Your Life

Level 4: Advanced Aesthetics

Level 5: Tailor Your Life

"Just nu börjar en ny trend där det handlar om att förbättra sig själv så mycket som möjligt "looksmaxxing" jag tror att detta kommer bli mainstream i 2024"

Kille, 18 år



ESTETIK

BACK TO BASICS

I en ung identitetsskapande ålder är det estetiska uttrycket centralt för att ge andra en bild av vem man är (eller vill vara). Att bära vissa plagg eller göra vissa saker för att det upplevs höra till den estetik man vill förknippas med har blivit ett mantra för många unga – ”do it for the aesthetic”. Spanar vi framåt tror unga att estetiker med utgångspunkt i hemmets trygga rum kommer att få ett genomslag 2024.

I. UT MED #GIRLBOSS, IN MED #SOFT GIRLS

Powerkvinnor och girlbossar känns rätt ute om vi frågar unga. Istället är clean girls och soft girls två estetiker som tar plats i flödet som en antitrend mot att uppehålla en högpresterande och framgångsrik image. Soft girls fokuserar istället för prestation på ett enklare och långsammare liv med välmående i fokus. De stannar hellre hemma än att festa, och stannar inte på kontoret längre än nödvändigt.

”Under det senaste året har ”Clean girl aesthetic” trendat på sociala medier, videos när unga, främst tjejer, tar hand om sig själva både mentalt och fysiskt. Kanske ta en ansiktsmask, läsa, gå på en mysig promenad istället för att till exempel festa.”
Tjej, 20 år

2. DOPAMIN DECOR

På samma tema hör vi att hemmet är en viktig och trygg plats för att koppla av och göra saker man mår bra av. Flera unga tror i relation till detta att vi kommer att se en romantisering av hushållssysslor och att sätta en personlig prägel på sitt hem. Kanske genom att omfamna inredningstrenden dopamin decor, som går ut på att inreda med prylar och färger som gör en glad! Man vill helt enkelt hellre få dopaminpåslag från sin omgivning än från sociala medier.



ESTETIK

FAKE IT 'TIL YOU MAKE IT

Samtidigt som vi ser att många tjejer lutar åt mjukare estetiker med fokus på balans och välmående ser vi även att det finns ett segment av killar som premierar mer exklusiva och upplådda stilar. Fake it 'til you make it är ledordet för dessa trender då målet bland dessa estetiker är att se ut som någon som har mycket pengar och lever en exklusiv livsstil.

3. GRISCH

I sann "Fake it 'til you make it"-anda anar vi en ny uppstickande estetik i form av Grisch. Det beskrivs som en livsstil och estetik centrerad kring storstadsliv, lyx och överflöd. En manifestation av en livsstil många unga eftersträvar, som kännetecknas av märkeskläder, fina klockor, champagne och dyra restaurangbesök. Är det stekarna som gör comeback i Gen Z-tappning?

””grisch” som går ut på att klä sig så ”rikt” man kan. De är inte alltid att man har dyra kläder på sig utan att de bara helt enkelt ska se rikt och flashigt ut. Trenden passar alla eftersom det kan vara billiga kläder och skor man kan ha.”

Kille, 16 år

33%

EN AV TRE
UNGA VILL
UPPFATTAS SOM
FRAMGÅNGSRIK

4. CEO-ESTETIK

På samma spår som Grisch ser vi också att CEO-estetiken blir vanligare bland killar. Chef har under en lång tid varit det mest attraktiva yrket bland unga i stort men för killar specifikt. Bland dessa unga är det inte bara viktigt att bli chef utan också minst lika viktigt att se ut som en CEO för ett framgångsrikt företag. Kostymer, skjortor, exklusiva klockor och allt som associeras med en dyr livsstil premieras inom den här estetiken.

EKONOMIPROGRAMMET

VÄLFRISERAT HÅR

MÄRKESBRILLOR

STILRENA KLÄDER

VITT
SNUS

CHAMPAGNE

EXKLUSIV
KLOCKA

REFLEKTION

VILKA SPANINGAR TAR VI MED OSS IN I DET NYA ÅRET?

AI ÄR EN SJÄLVKLAR DEL AV FRAMTIDEN

AI är i många fall det första unga kommer att tänka på när de funderar över framtiden och morgondagens trender. På många sätt ses AI som något mer omfattande än bara en trend utan något som kommer få stor påverkan på alla delar av livet. Vilken roll AI får spela i ungas liv kommer därmed sannolikt påverka vilka nya trender vi kommer att se framöver.

"Som en motreaktion till ökad övervakning och AI tror jag att analoga saker kommer tillbaka"

Kille, 21 år

UNDERSKATTA INTE HYPEFAKTORN

Lyssnar vi till unga är det givet att händelser eller saker med en hög hypefaktor också är de som spås få störst genomslag. I början av rapporten lyfte vi fram flera exempel på lanseringar och släpp under det kommande året som unga själva ser fram emot och tror kan slå stort!

OLIKA DRIVKRAFTER OCH PRIORITERINGAR

Genomgående i trendspaningarna ser vi att unga tjejer och killar skiljer sig åt sett till drivkrafter och prioriteringar. Den generella tendensen är att tjejer pratar om trender som fokuserar på att varva ner, ta hand om sig själva och utforska mysiga hobbies snarare än att satsa på karriär.

Samtidigt pratar killar om att accelerera och öka sin produktivitet kommande år, genom att maximera både sitt utseende och sina inkomster. Potentiellt utgör även dessa könsskillnader i grunden en mottrend till hur samhället ser ut just nu, där tjejer i regel har högre betyg än killar och pluggar vidare i högre utsträckning.

ETT SÄTT ATT HANTERA EN OSÄKER OMVÄRLD

Det kan vara svårt att förstå varför vissa trender uppstår och vad de säger oss om ungdomsgenerationen, särskilt när så många trender verkar gå i motsats till varandra. Det

är först när vi tar ett steg tillbaka och ser på saker från ett större perspektiv som vi kan hitta ledtrådar till vilka djupare förhållningssätt och behov dessa trender ger uttryck för.

De senaste tre åren har minst sagt varit stökiga för Sveriges unga; pandemi, krig i Ukraina och nu inflation och en oro för det ekonomiska läget. Omvärlden fortsätter att skaka om och skifta förutsättningarna för dagens ungdomsgeneration på olika sätt och vis. Vi bör också ta hänsyn till att årets undersökning är genomförd under perioden då stridigheterna i Israel och Palestina intensifierades och mycket nyheter om våldsamheter och död spreds på sociala medier.

Oavsett om det handlar om att skaffa sig en side hustle, inreda med dopamin decor eller gå in i monk mode kanske trenderna vi ser i denna rapport representerar olika sätt för unga att hantera och navigera en omvärld som bjuder på allt mer osäkerhet.

"Jag tror att fler unga kommer söka sig till religioner eller andra spirituella saker för att få någon form av trygghet eller hopp med tanke på oroligheterna i Sverige och världen."

Tjej, 19 år



VILL DU VETA MER OM UNGA?

Inspirerad, förvånad eller förvirrad av årets trender? Den här rapporten bygger till stor del på en enda fråga av hundratals som ställs inom ramen för vår största årliga studie Ungdomsbarometern. Baserat på samma studie tar vi även fram skräddarsydda workshops, föredrag och rapporter med målet att hjälpa företag, myndigheter och andra organisations att bättre förstå och förhålla sig till unga människor. 2024 års upplaga omfattar tio olika temaområden.

IDENTITET, LIVSSTIL OCH HÄLSA

Hur ser identitetsskapande, intressen och värderingar ut bland dagens unga? Hur står det till med deras mående och hälsa?

SAMHÄLLE OCH ENGAGEMANG

Hur utvecklas ungas syn på viktiga samhällsfrågor och politik? Hur förändras deras framtidssyn, förtroende för institutioner och engagemangsvilja?

GYMNASIUM

Hur ser unga på valet till gymnasiet? Vad är viktigast vid val av program och skola samt hur hämtar de information inför sina val?

HÖGSKOLA OCH UNIVERSITET

Hur stort är ungas intresse för högre utbildning? De som vill studera – varför, vad, hur och var vill de studera samt vilken information vill de ha inför val av utbildning?

ARBETSLIV

Hur tänker unga kring det framtida arbetslivet? Vilka faktorer är viktigast vid valet av bransch och vilka branscher är de mest attraktiva bland unga idag?

FACK

Hur ser ungas syn på och inställning till fackförbund ut? Varför vill man respektive inte gå med i ett fackförbund och vilken information efterfrågas?

EKONOMI OCH KONSUMTION

Vad definierar Gen Z som konsument och vad lägger de pengarna på? Hur ser ungas ekonomiska kunskap och beteenden ut?

MAT OCH MÅLTIDER

Hur ser ungas matkonsumtion ut och hur förhåller de sig till kosten? Hur tar dessa attityder och beteenden sig uttryck matbutiken?

GEN Z CRASH COURSE!

Behöver du eller din organisation en ordentlig introduktion till dagens ungdomsgeneration och hur ni ska göra för att nå ut till dem? Med en föreläsning med nån av våra ungdomsexperter och temarapporten Varumärken, reklam & sociala medier kommer ni långt på vägen. Nu har vi paketerat dessa till ett förmånligt erbjudande i form av en Gen Z Crash Course – hör av dig för mer information och bokning!

HÅLLBARHET

Vad lägger unga i begreppet hållbarhet idag och hur engagerade är de i hållbarhetsfrågan? Vilka hinder upplever de för att leva hållbart?

VARUMÄRKEN, REKLAM OCH SOCIALA MEDIER

Hur når man ut till Gen Z idag? Och vad behöver man som avsändare ha med sig för att intressera och engagera?

HUR KAN VI HJÄLPA DIG?

Baserat på datan i temarapporterna gör vi också fördjupande analyser inom specifika områden och målgrupper. Insikterna presenteras och levereras utifrån de format som passar er verksamhet bäst. Till exempel:

- Inspirerande och informativa föreläsningar
- Kunskapsbaserade workshops
- Temarapporter eller skräddarsydda insiktsunderlag
- Målgruppsanalyser
- Skräddarsydda studier med egen datainsamling
- Rådgivning och konsultation

[Klicka här för att läsa mer](#)

