

Livsstil, identitet och samhälle 2025

Utforska studiens innehåll



Livsstil, identitet och samhälle 2025 – Insikterna som förklarar unga människors värld

Hur ser unga på sig själva, sina relationer och samhället omkring dem? Vad formar deras vanor, värderingar och självbild? *Livsstil, identitet och samhälle* ger en datadriven och fördjupad bild av hur Gen Z mår, vad som engagerar dem och hur de orienterar sig i en tid av snabba förändringar. Här får du insikter om allt från vardagliga rutiner och konsumtionsmönster till tankar om framtid, tillhörighet och ansvar.

Beslutsunderlag för dig som vill förstå unga

Syftet med studien är att ge en helhetsbild av ungas liv och hur deras identitet formas över tid. Genom att kartlägga både vanor och värderingar blir rapporten ett användbart verktyg för alla som vill förstå den unga målgruppen – på riktigt. Vad är viktigt i livet just nu? Vad väcker engagemang och vad skapar oro? Årets rapport har ett särskilt fokus på relationer, dejting och ungas syn på tro och religion. Oavsett om du arbetar med kommunikation, samhällsanalys,

produktutveckling eller ungdomsfrågor ger *Livsstil, identitet och samhälle* dig de insikter du behöver för att fatta bättre beslut, stärka din relevans och hålla dig nära den unga generationens verklighet.

Fakta om studien:

Intervjumetod: Enkät via postal och digital inbjudan genom slumpmässiga urval*, samt fokusgrupper och djupintervjuer

Målgrupp: Unga i Sverige 15–24 år

Fältperiod: 3 oktober – 4 november 2024

Antal intervjuer i denna rapport: 1 525 st

Antal intervjuer i studien totalt: 17 445 st

*Se [metodavsnittet](#) för utförligare beskrivning





"Unga kommer vilja att mer och mer gå emot "normala" och moderna samhällsnormer som att ha karriär och plugga, eller feminism och kapitalism, och leva en mer "traditionell" livsstil som inte är lika präglad av politiska frågor, teknologi och den ultra feministiska världssynen."

– Tjej, 18 år

Aktuella teman i årets studie:

- **Identitet och självbild**

Hur beskriver unga sig själva och vilka faktorer formar deras identitet? Hur ser de på kön, sexualitet, personlig utveckling och självförverkligande?

- **Relationer och dejting**

Hur ser unga på kärlek, relationer och dejting? Vad söker de i en partner, hur upplevs singellivets fördelar och utmaningar, och hur förändras synen på närhet?

- **Tro, mening och världsbild**

Vilken roll spelar tro, religion och andlighet i ungas liv? Hur resonerar de kring existentiella frågor, gemenskap och sökandet efter mening?

- **Livsstil, hälsa och värderingar**

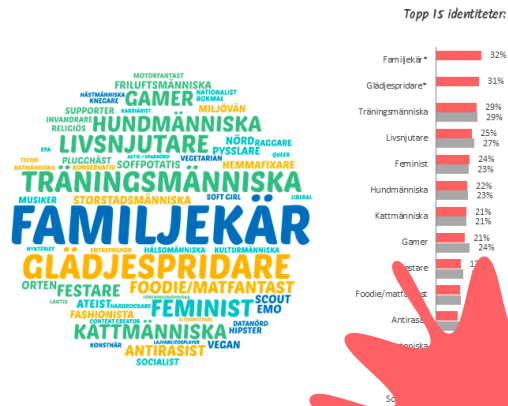
Hur ser ungas vardag ut – och hur mår de, fysiskt och psykiskt? Vilka livsstilsval, vanor och värderingar präglar deras liv just nu? Vad väcker engagemang, vad skapar stress, och hur ser de på framtiden och sin plats i samhället?

UTTRYCK FÖR UNGAS IDENTITET

Ett återkommande inslag i Ungdomsbarometern är frågan om vilka begrepp unga använder för att beskriva sig själva. Många av begreppen har hängt med i många år, andra begrepp har tillkommit och några försvunnit. Vi tar alltid hjälp av unga själva för att hålla listan relevant.

I årets mätning fanns totalt 60 ord att välja på varav några tillkom genom inspel från ungdomar själva, till exempel "familjekär" och "glädjespridare". Det visade sig vara bra tillskott till listan då dessa begrepp direkt tog sig in på första respektive andra platsen. Det bekräftar att det här är begrepp, eller egenskaper som många unga kan och vill känna igen sig i. Många av de mer utbredda begreppen relaterar på olika sätt till trygga och positiva livsstilsideal, precis som "familjekär" och "glädjespridare", men också "livsjutare", "hund/kattmänniska" samt "hemmafikare".

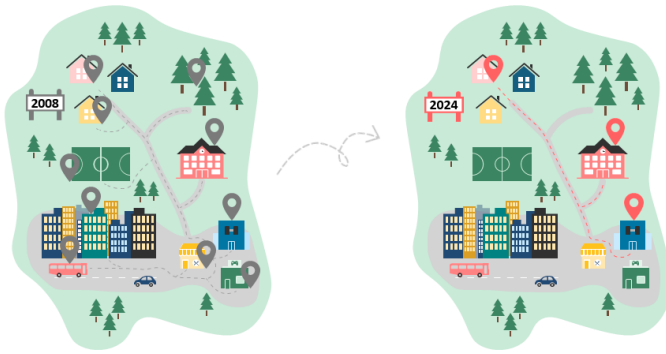
Andra begrepp som många unga väljer att identifiera sig med linjerar med ideal och identiteter som är intresserivna, till exempel står sig "träningmänniska", "gamer" och "foodie/matfantast" stabilt och i linje med vad många unga är intresserade av.



5. Flervalsfråga, valfritt antal svarsalternativ: Här kommer en lista med olika begrepp - vilka av dem tycker du passar för att beskriva dig? (t.h. Endast topp 15 ord av totalt 60 ord. Nedbrytning (t.h.): Tidsjämförelse

UNGA FÖRSVINNAR FRÅN DET ALLMÄNNA RUMMET

Antalet fysiska platser och miljöer som unga befinner sig på en vanlig vecka har genomgått en tydlig förändring över de senaste 15 åren. Deras tillvaro blir allt mer centrerad kring tre fysiska platser: nämligen skolan, hemmet och träningslokaler



7. Flervalsfråga, valfritt antal svarsalternativ: Var (förutom i skolan/på jobbet) skulle du säga att du spenderar mycket tid en typisk vecka? Nedbrytning: Tidsjämförelse

Hur används studien i praktiken?

Här är några vanliga sätt organisationer drar nytta av insikterna från studien Livsstil, identitet och samhälle:

- Som underlag för målgruppsanpassad kommunikation och kampanjarbete riktat till unga
- För att utveckla relevanta produkter, tjänster och erbjudanden
- I samhällsplanering och strategiskt ungdomsarbete
- Som stöd i värdegrundsarbete, ungas delaktighet och relationsskapande
- Som verktyg för insiktsdriven planering och beslutsfattande
- För att få djupare förståelse för ungas livsstil och värderingar

Är du osäker på hur studien kan användas i din verksamhet eller organisation?

[Kontakta oss!](#)

Frågor som besvaras i rapporten:

Identitet och ideal:

- Vilka begrepp använder unga för att beskriva sig?
- Hur vill unga helst uppfattas av andra?
- Vilka intressen är störst bland unga?
- Vilka ideal och normer präglar ungdomsgenerationen?

Samhälls- och framtidssyn:

- Hur stort är ungas intresse för samhällspolitik?
- Vilka samhällsfrågor är viktigast för unga här och nu?
- Åt vilket håll upplever unga att samhällets utveckling är på väg?
- Hur ser unga på samhällets framtid? Och hur stora möjligheter anser unga att de har att påverka i samhället?
- Vilka sätt anser unga som mest lämpliga för att påverka i samhället?
- I vilka former engagerar sig unga ideellt, och vad driver ungas ideella engagemang?

Livet och tillvaron:

- På vilka fysiska och digitala platser befinner sig unga?
- Hur uppfattar de livet här och nu?
- Hur upplever unga sitt mående och sin sömn?
- Hur ser unga på att leva ett hälsosamt liv?
- Hur ser unga på att leva hållbart?
- Vad upplever unga som viktigast i deras liv just nu?
- Vilka stressmoment upplever unga i vardagen?
- Vad vill unga få ut av romantiska relationer och vilka förväntningar har de på en partner?
- Hur ser unga på sin egen framtid?
- Hur stora möjligheter anser unga att de har att påverka sitt liv och sin framtid?



Därför ska du ta del av Livsstil, identitet och samhälle:

- **Fatta bättre beslut**

Grunda era insatser på ungas verklighet, inte antaganden!

- **Förstå unga på djupet**

Få insikter om vad som formar deras vardag, värderingar och val

- **Skapa större relevans**

Utveckla budskap, produkter och insatser som unga faktiskt relaterar till

- **Bygg starkare relationer**

Ligg steget före i arbetet med att nå, engagera och förstå nästa generation

Kostnad:

Studien Livsstil, identitet och samhälle kostar 35 000 kr (ex. moms)*.

Priset inkluderar följande:

- Rapporten Livsstil, identitet och samhälle 2025 (ca 55 sidor)
- 1 st föredrag av innehållet (fysiskt** eller digitalt)
- 2 timmar rådgivning
- Direktkontakt med ledande experter inom området
- Möjlighet att ge input och få en inblick i kommande studier
- Rabatt på tillägg såsom analys i befintlig data, workshop, extra föredrag samt på andra rapporter***.

Mer information om tilläggen finns på nästa sida.

*Möjlighet till reducerat pris för mindre aktörer

**Resekostnad kan tillkomma vid föredrag utanför Stockholm och Göteborg

***Upp till 50% rabatt vid köp av andra rapporter inom studien Ungdomsbarometern



Möjliga tillägg:



Analys i befintlig data

Få tillgång till vår unika databas – datan ingår i ert rapportpaket, ni betalar endast för analystiden. Våra analytiker tar fram skräddarsydda insikter baserade på era frågor, till exempel målgruppsanalyser eller tematiska fördjupningar. Allt bygger på redan insamlad och kvalitetssäkrad data.



Extra föredrag

Vill ni nå fler i organisationen eller anpassa budskapet till olika målgrupper? Lägg till ett extra föredrag med våra experter. Vi presenterar studiens viktigaste insikter, antingen i sin helhet eller med särskilt fokus på det som är mest relevant för er.



Andra rapporter/moduler

Som köpare av studien Livsstil, identitet och samhälle får ni upp till 50% rabatt på andra rapporter och moduler från Sveriges största ungdomsstudie. Erbjudandet gäller både andra delar av Ungdomsbarometern 2025 och tidigare årgångar. Ett smart sätt att bygga vidare med fler relevanta insikter – till ett förmånligt pris.



Workshop

Fördjupa insikterna från studien genom en interaktiv workshop, skräddarsydd efter era mål och utmaningar. Tillsammans kopplar vi ungas perspektiv till er verksamhet och omsätter kunskap till konkreta strategier genom övningar, diskussioner och gemensam analys.

Perfekt för interna strategidagar



Vill du köpa en rapport, boka ett föredrag eller beställa en skräddarsydd analys?

Kontakta Jessica för mer information:



Jessica Åkerström

Analyschef

jessica@ungdomsbarometern.se

072 070 70 38

Eller klicka här!
(Kontaktformulär)

Ungdomsbarometern 2025 finns sammanställd i sex studieområden:



Livsstil, identitet och samhälle



Gymnasium



Högskola



Arbetsliv



Mat och måltider



Varumärken, kommunikation och sociala medier



Vanliga frågor:

Hur levereras rapporten?

Du får rapporten som PDF och föredraget hålls på plats eller digitalt, enligt överenskommelse.

Kan vi få anpassat innehåll?

Ja! Vi erbjuder både skraddarsydda föredrag, workshops och analyser utifrån era behov.

Kan vi köpa bara rapporten?

Endast Gymnasierapporten och Arbetslivsrapporten går att köpa som fristående rapport – kontakta oss för offert.

Kan vi som mindre aktör få rabatt på studien?

Ja, reducerat pris gäller för mindre aktörer – kontakta oss för offert.

Hur snabbt kan vi få materialet?

Rapporten finns klar för leverans. Föredrag och rådgivning bokas enligt överenskommelse.