

# ungdoms barometern

I SAMARBETE MED GIVA SVERIGE:

UNGA I FOKUS

Ungdomsbarometern AB © 2021. Samtliga resultat och slutsatser häri presenterade är copyrightskyddade och får ej spridas externt utan Ungdomsbarometerns skriftliga tillåtelse.



*Inledning:*

# UNGAS ENGAGEMANG

Välkommen till en rapport om ungas engagemang - framtagen av Ungdomsbarometern (UB) på uppdrag av Giva. Rapporten utgår ifrån UB:s årliga studie som tusentals 15-24 åringar besvarar, med fokus på de frågor som rör engagemang och givande som ställts under de 30 år som studien genomförts.

Hur ungas engagemang ser ut idag skiljer sig på flera sätt åt från tidigare ungdomsgenerationer. Generation Z är till exempel den första ungdomsgenerationen som till stor del saknar erfarenhet av en värld utan internet. Sociala medier är för många unga ett medel för kunskapsinhämtning och att uttrycka engagemang. Andra tendenser vi ser bland unga är att deras engagemang ofta är individuellt och intressestyrt, men mer om detta i kommande kapitel!

Nu är det snart dags att hoppa in i rapporten, som börjar med att övergripande beskriva ungdomsgenerationen med fokus på samhällsengagemang. Vidare går vi in mer på djupet i hur ungas engagemang i praktiken yttrar sig – hur det ser ut idag, förändringar över tid och hur unga kan tänka sig att engagera sig framöver. Slutligen följer vår reflektion kring vad rapportens insikter kan betyda för insamlingsorganisationer, och andra aktörer, för att de ska vara relevanta för unga nu och på sikt.

*Trevlig läsning!*

Jessica Åkerström
Cecilia Wahlgren

Ungdomsbarometern AB © 2021



# Innehållsförteckning:


4 — Kapitel 1: GEN Z – EN ENGAGERAD UNGDOMSGENERATION

12 — Kapitel 2: FRÅN ORGANISERAT TILL INDIVIDUELLT ENGAGEMANG

19 — Kapitel 3: HUR UNGA UTTRYCKER SITT ENGAGEMANG

28 — Kapitel 4: AVSLUTANDE REFLEKTION


Ungdomsbarometern AB © 2021



# GEN Z
# EN ENGAGERAD UNGDOMSGENERATION

Ungdomsbarometern AB © 2021




# VARFÖR UNGA I FOKUS?

***Framtidssäkra:*** *Vad som präglar unga idag formar dem som morgondagens givare*

Vad som präglar våra ungdomsår har stor betydelse för hur vi blir – som individer, medborgare, konsumenter, givare. De som är 15-24 år idag kommer att vara unga vuxna år 2030 – de kommer sannolikt att ha mer pengar att röra sig med, utbildning, och ett påbörjat arbetsliv men fortfarande kanske ha en bit kvar till familjelivet. Med andra ord – de kommer att ha mer resurser att engagera sig. Men, för att kunna plocka upp den potentialen och kunna möta potentiella givare och engagerade nu och kommande år framåt så måste vi förstå vad som formar deras beteenden. De val och beteenden som unga rör sig med nu är också de beteenden vi behöver ta hänsyn till om några år när de är vuxna. Även om sådant som intresse för olika sakfrågor kan ändras från ung till vuxen ålder så är t.ex. ett digitalt beteende och andra sätt för *hur* man agerar mer beständigt – och där mycket av grunden läggs i ungs år.

***Ta tillvara befintligt engagemang:*** *Dagens unga är en engagerad ungdomsgeneration*

Pratar vi samhällsengagemang så är det stor skillnad om vi tittar på de som var unga på 90talet vs de som är unga idag. Långt fler har intresse för och känner ansvar för samhällsfrågor idag, valdeltagande bland förstagångsväljare är betydligt större nu än tidigare. Detta beror förstås på många olika faktorer men framförallt så bjuds unga idag långt fler möjligheter att få information och att engagera sig på, inte minst genom de digitala möjligheter som finns nu men inte fanns på 90talet. Vi har också en annan syn på det egna ansvaret bland unga idag jämfört med hur det såg ut tidigare. Ansvaret har förskjutits alltmer till individen och unga känner i ökande uträckning att det ligger på deras lott att göra något åt saken. Av det myntet finns två sidor – det positiva är förstås att det finns en vilja till engagemang – det negativa är att unga känner oro och stress för samhällets framtid.

Ungdomsbarometern AB © 2021

# VILKA ÄR DAGENS UNGDOMSGENERATION - GENERATION Z?

För att ni bättre ska få lära känna dagens ungdomsgeneration som också kallas Generation Z – och hur de skiljer sig från den tidigare ungdomsgenerationen Millennials (också kallad Generation Y), har vi valt ut några viktiga punkter som generellt är bra att känna till om Gen Z när vi ska prata om engagemang.

**Generation Z:** Födda mitten av 90-talet och framåt

**Millennials/Generation Y:** Tidigt 80-tal till mitten av 90-talet

## Större möjligheter att påverka

När en 80-talist kunde skriva en insändare i lokaltidningen 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. Följden av detta gör att unga idag upplever möjlighet, men också ansvar att påverka.

## 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 familjebildningen.

## 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.

## Mer olika varandra än någonsin

Skillnaderna inom dagens ungdomsgeneration är större än tidigare. Att unga är en mer heterogen grupp märks i alltifrån medievanor 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.



Ungdomsbarometern AB © 2021



# GEN Z –
# EN ENGAGERAD UNGDOMSGENERATION

### *Samhällspolitiskt intresse har tydligt ökat över tid*

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 medlems-organisationer. Faktum är att unga idag har ett politiskt intresse som ökat över tid. Ökat valdeltagande bland förstagångsväljare bekräftar detta.

### *Hand i hand går tron på den egna möjligheten att påverka*

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. Detta har också bidragit till att de själva upplever att de har möjligheter att påverka samhället – i mycket större uträckning än vad unga tidigare har gjort.

### *Att hjälpa andra är viktigt för unga*

Vi ser också när vi tittar på relationer och värderingar att parametrar som handlar om att ta ansvar och hjälpa till ökar i betydelse. Fler unga idag än tidigare tycker att det är viktigt att ”hjälpa andra” för att känna sig nöjd med tillvaron i framtiden, medan ”att träffa den rätte” är en värdering eller norm som tycks minska i betydelse för unga. Parameterar som legat hyfsat kontant över åren är att ha många vänner och/eller att tjäna mycket pengar men dessa ligger fortfarande inte lika högt som att hjälpa andra.

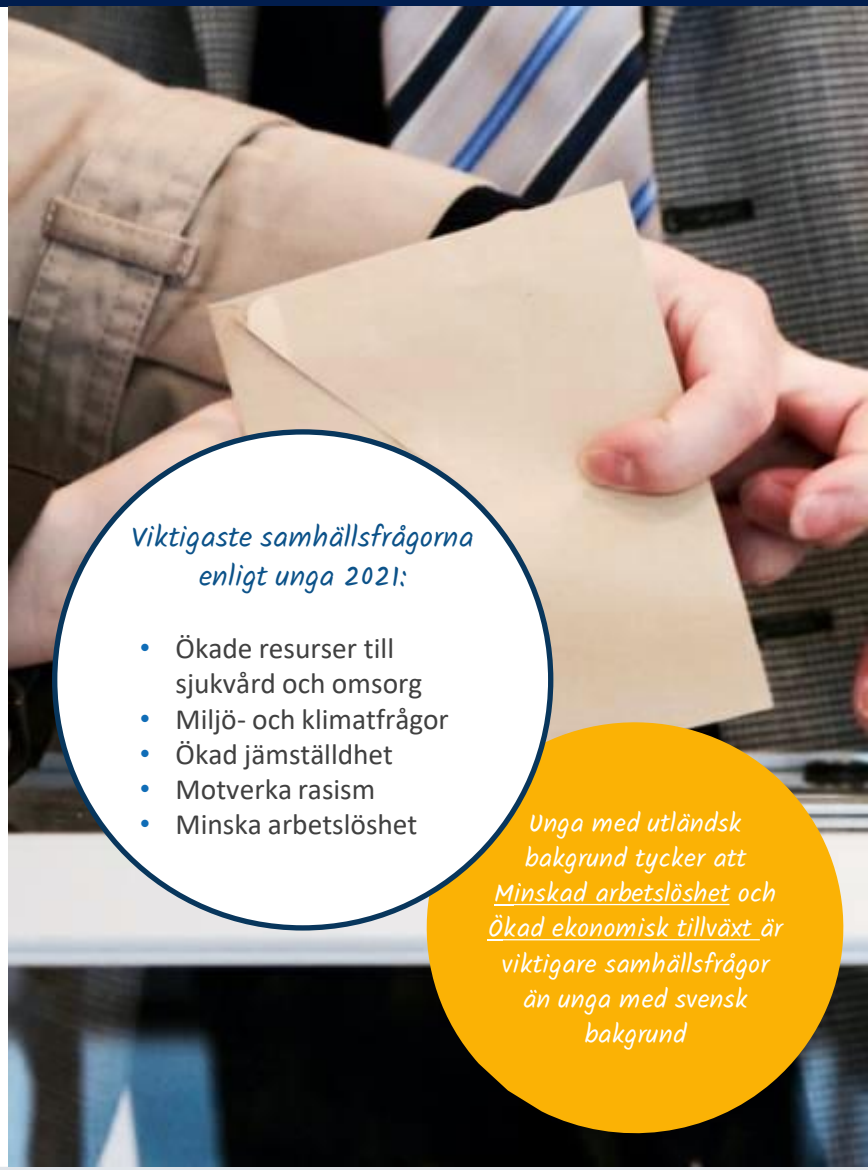
### *Kan pandemin bidra till ökat samhällsengagemang?*

Vi anar att Corona-pandemin skulle kunna bidra till ökat fokus på att hjälpa andra, och vilja till engagemang. Flera unga uttrycker att engagemang och samhällsansvar är något som de tror kommer att öka framöver.

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Det samhällspolitiska intresset bland unga har ökat tydligt över tid



*Viktigaste samhällsfrågorna enligt unga 2021:*

- Ökade resurser till sjukvård och omsorg
- Miljö- och klimatfrågor
- Ökad jämställdhet
- Motverka rasism
- Minska arbetslöshet

*Unga med utländsk bakgrund tycker att Minskad arbetslöshet och Ökad ekonomisk tillväxt är viktigare samhällsfrågor än unga med svensk bakgrund*

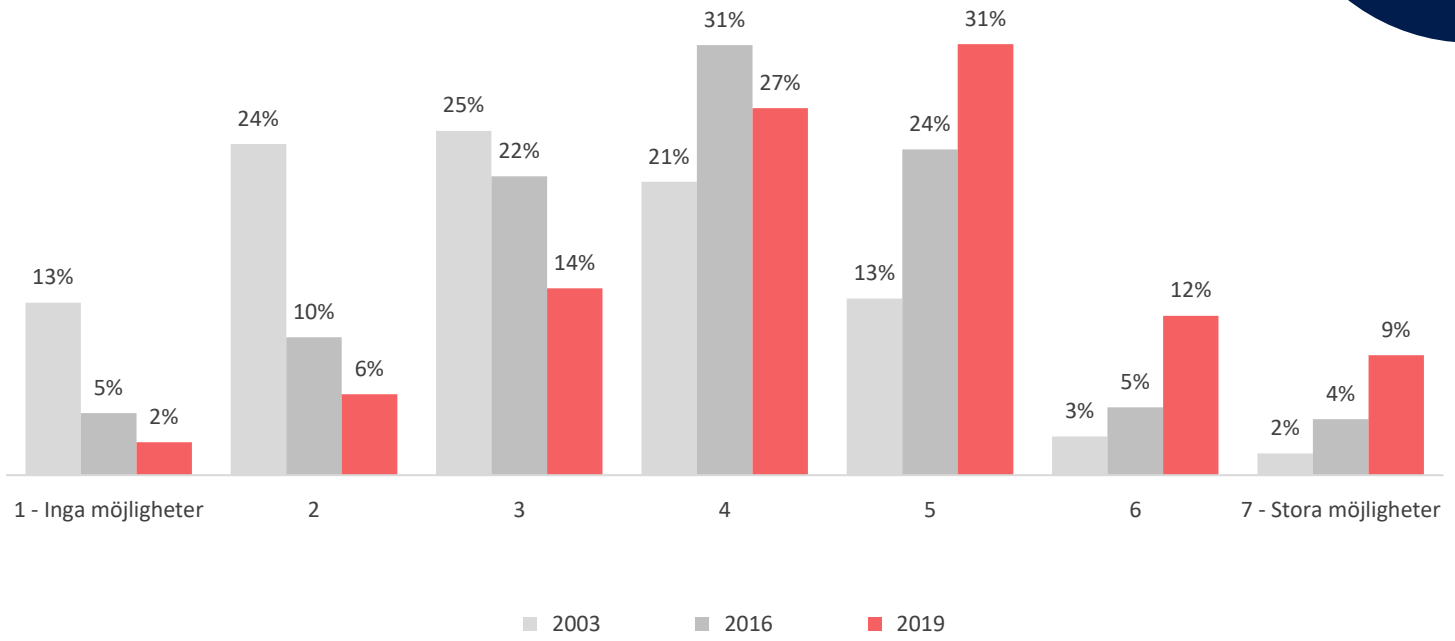
Fråga: Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter?, andelar som angett "4" eller "5 – mycket intresserad" av alternativet "inrikes/utrikespolitik/samhällsutveckling"

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

• Valdeltagande för förstagångsväljare. *Källa: SCB*

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Ungas syn på de egna möjligheterna att påverka samhället fortsätter att öka



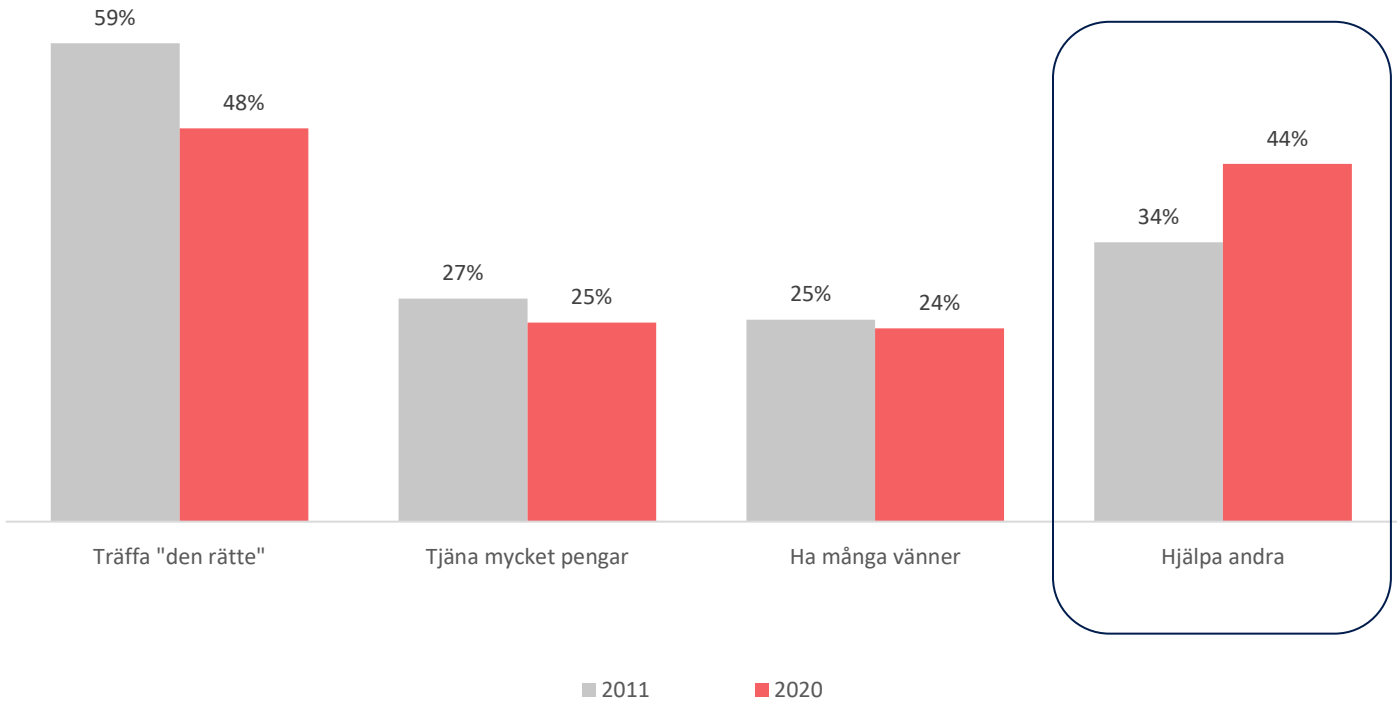

*Varannan 15-24 åring anser sig ha stora möjligheter att påverka samhället*



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

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Värderingar förskjuts - att hjälpa andra har blivit viktigare för unga, samtidigt som att träffa ”den rätte” är mindre viktigt för att unga ska bli nöjda med tillvaron i framtiden






Fråga: Hur viktigt känns följande för att du ska bli nöjd med tillvaron i framtiden?
Filter: ”Väldigt viktigt” redovisas. Den kompletta skalan är ”Väldigt viktigt” till ”Inte alls viktigt”

Ungdomsbarometern AB © 2021

”Samhällsengagemang tror jag lär bli mer och mer trendigt, jag tror pandemin har gjort att specifikt ungdomar inser hur relevant det är att engagera sig och visa medmänsklighet i samhället.”

- **Tjej, 22 år om nästa stora trend bland unga**



Fråga: Vilken blir 2021 års stora trend bland unga, och varför?

Ungdomsbarometern AB © 2021




Ungdomsbarometern AB © 2021




# FRÅN ORGANISERAT TILL INDIVIDUELLT ENGAGEMANG

### *Oftast individuellt engagemang i vardagen...*

En tydlig tendens vi ser när det kommer till ungas engagemang är att det i huvudsak sker individuellt i det vardagliga livet. Det kan exempelvis handla om att skänka pengar, diskutera med vänner/familj eller att förändra hur eller vad de konsumerar. Unga tenderar nämligen att engagera sig genom aktiviteter de redan själva gör, snarare än att göra något nytt.

### *...inte lika ofta organiserat engagemang i organisationer/förbund*

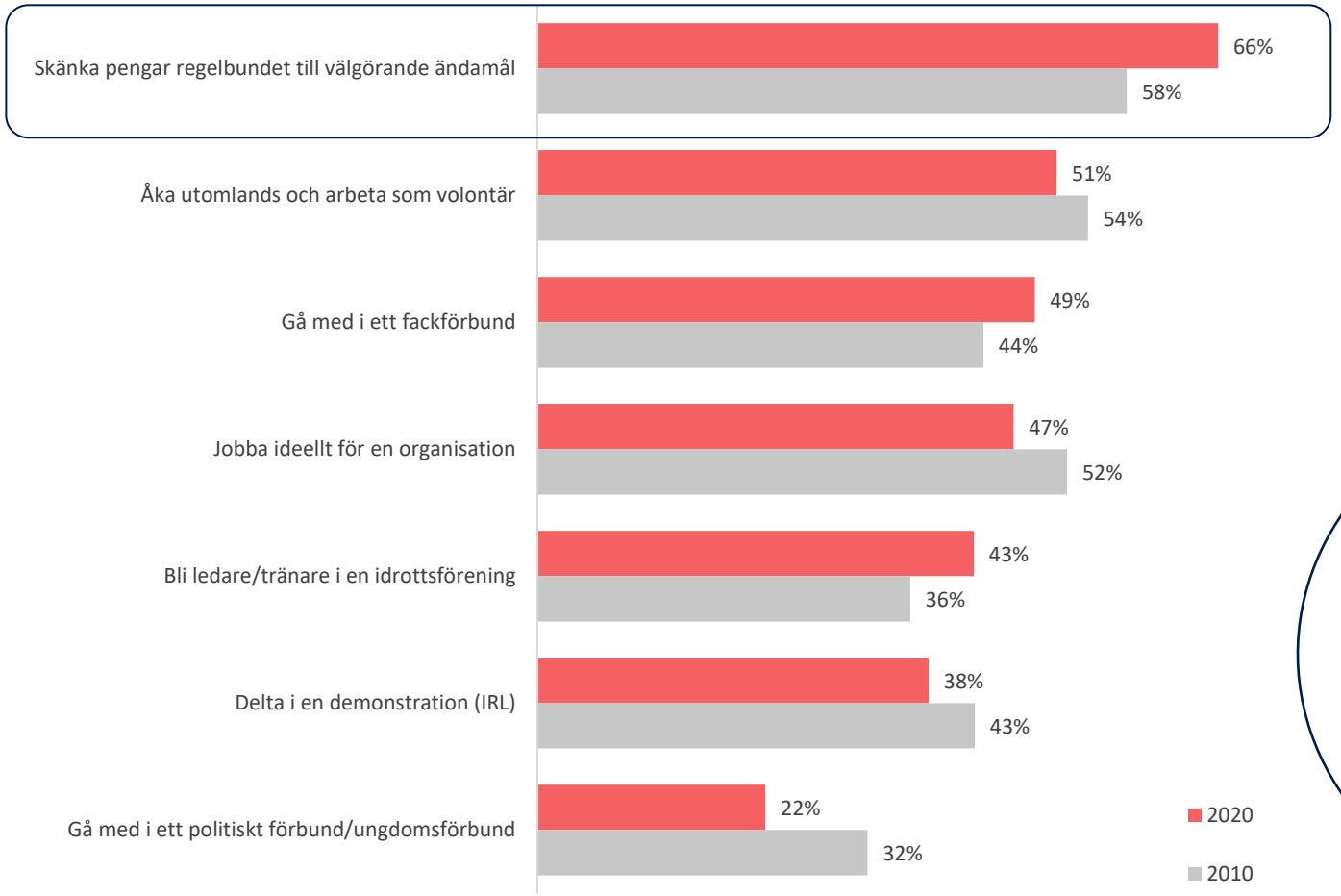
När vi blickar tillbaka i tiden ser vi att ungas kollektiva engagemang däremot minskar över tio år. Färre unga kan tänka sig att jobba ideellt för en organisation eller att gå med i ett politiskt förbund/ungdomsförbund. Undantaget (som kanske också bekräftar övergången till individuellt engagemang) är dock att gå med i fackförbund, vilket faktiskt har ökat bland unga. Här ser vi att trygghet och en säker framtid i form av utbildning och jobb är viktigt bland unga, som till exempel ofta kollar upp kollektivavtal och sina egna rättigheter på arbetsplatsen.

### *Det privata blir mer politiskt och ett uttryck för ungas identitet*

Vi ser också att unga 15-24 åringar vill ”göra sin grej” och är i en ålder när de bygger sin egen identitet. Det individuella engagemanget bland unga gör att det privata ofta blir allt mer politiskt. Vilka personer eller organisationer som unga följer eller delar inlägg av visar vilka de är och vad som engagerar. Men det innefattar även konkreta symboler som att bära ett rosa band eller kläder med ett politiskt budskap.

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Två av tre unga kan tänka sig att skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål



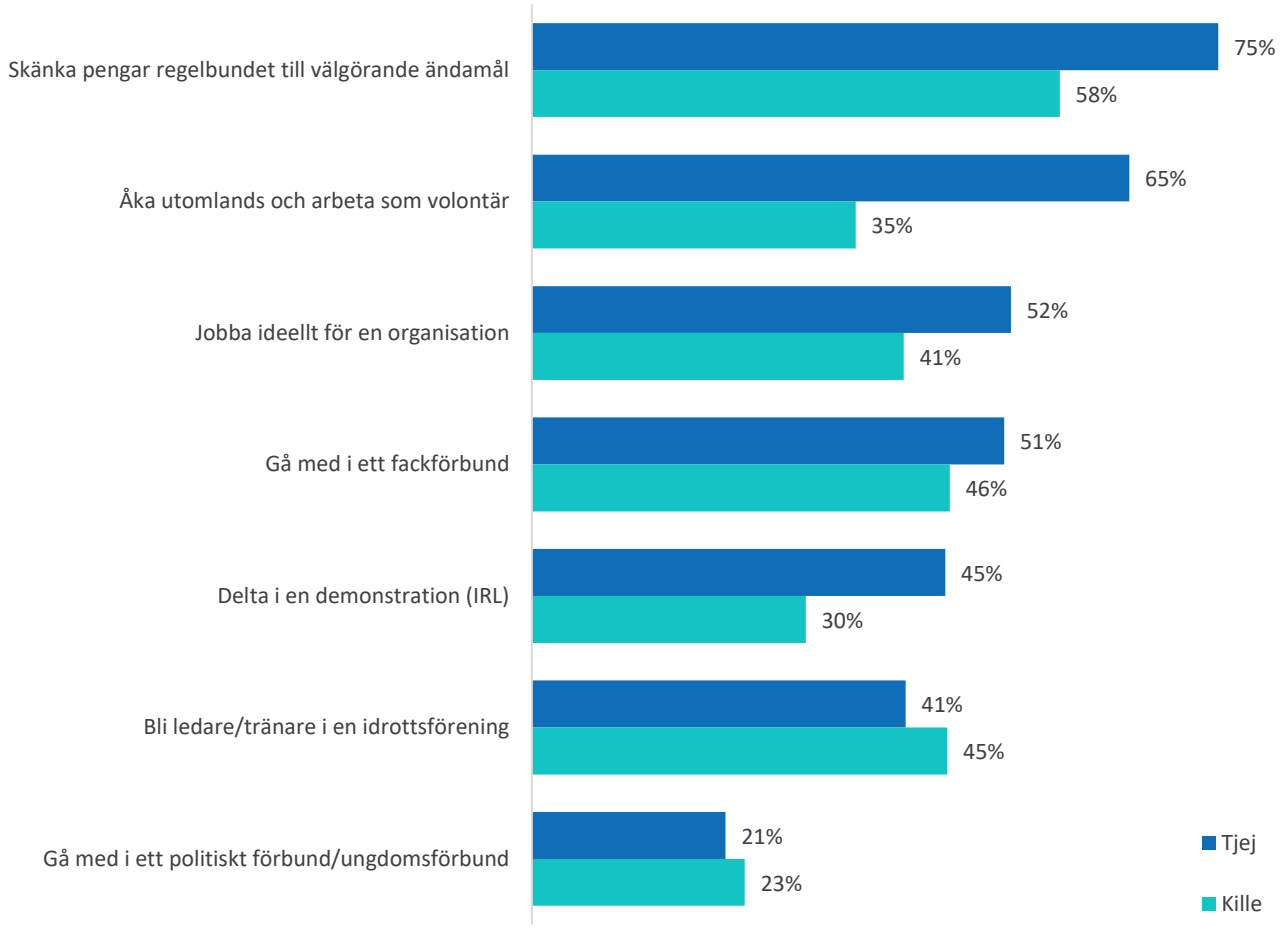

*För unga handlar regelbundet givande ofta om att de återkommande skänker/kan tänka sig att skänka olika summor, till olika initiativ och till olika organisationer – **inte** nödvändigtvis om att skänka till en och samma organisation, eller att ha signat ett autogiro.*



Fråga: Kan du tänka dig att… (flervalsfråga)
Filter: Endast de som svarat ”Ja” redovisas
Nedbrytning: Tidsjämförelse

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Fler tjejer än killar kan tänka sig att arbeta och engagera sig ideellt, med undantag för idrottsföreningar och politiska förbund




*Störst utveckling 2010-2020*

## *Tjejer kan tänka sig att...*

| | |
|---|---|
| Bli ledare/tränare i en idrottsförening | +10% |
| Skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål | +8% |
| Gå med i ett fackförbund | +8% |
| Gå med i ett politiskt förbund/ungdomsförbund | -11% |

*Störst utveckling 2010-2020*

## *Killar kan tänka sig att...*

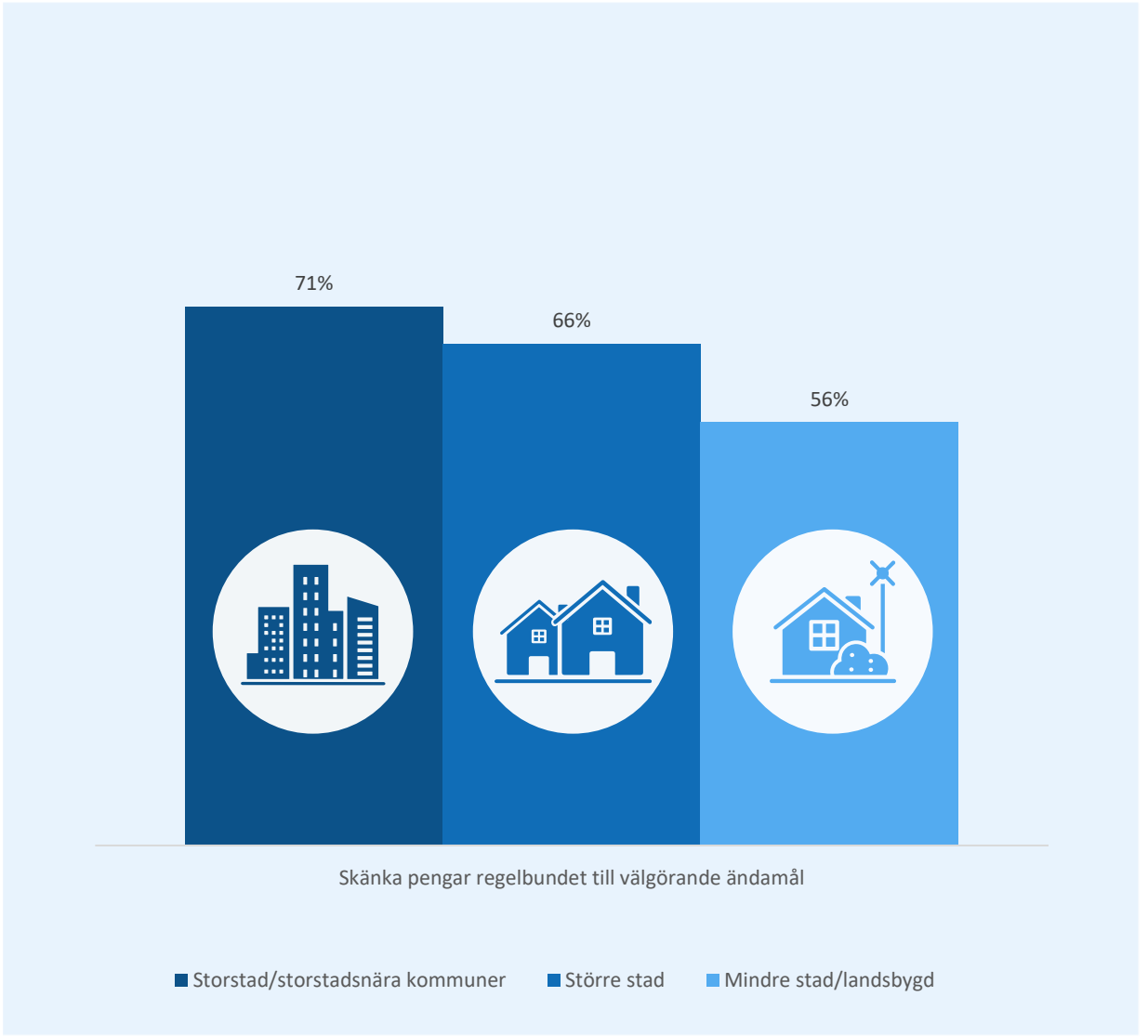
| | |
|---|---|
| Skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål | +9% |
| Bli ledare/tränare i en idrottsförening | +4% |
| Åka utomlands och arbeta som volontär | -9% |
| Gå med i ett politiskt förbund/ungdomsförbund | -10% |
| Delta i en demonstration (IRL) | -11% |

Fråga: Kan du tänka dig att... (flervalsfråga)
Filter: Endast de som svarat ”Ja” redovisas
Nedbrytning: Kön

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Fler unga som bor i storstäder kan tänka sig att skänka regelbundet, jämfört med unga som bor i mindre städer eller på landsbygden

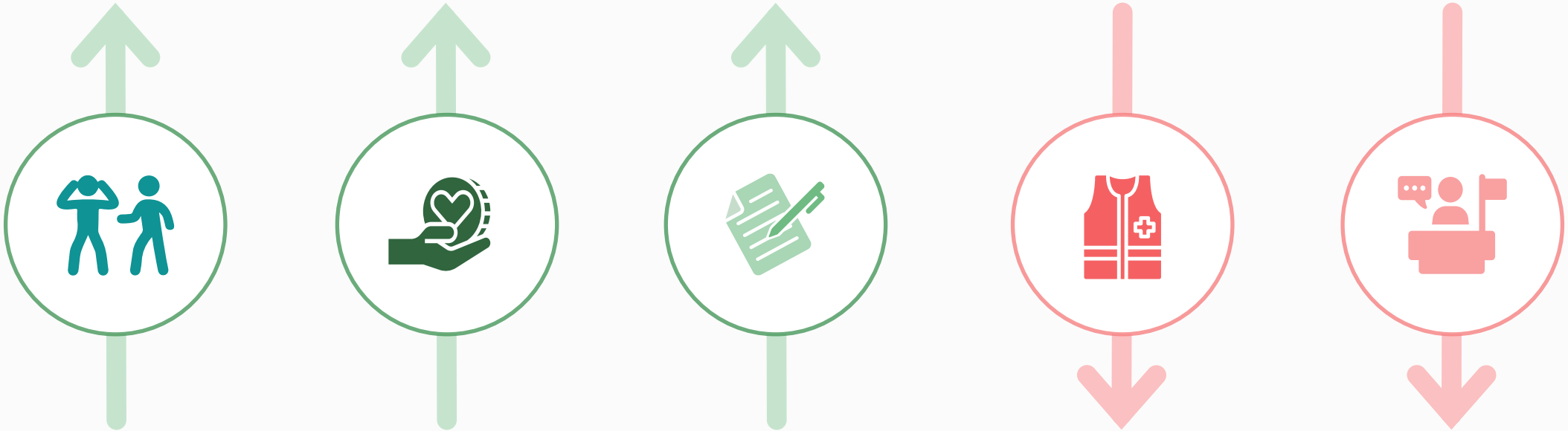



Fråga: Kan du tänka dig att skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål?
Filter: Endast de som svarat ”Ja” redovisas
Nedbrytning: Ortsstorlek

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Individuellt engagemang ökar, organiserat minskar i intresse



**DEBATTERA MED VÄNNER/FAMILJ**

**SKÄNKA PENGAR TILL VÄLGÖRANDE ÄNDAMÅL**

**SKRIVA PÅ EN NAMNINSAMLING**

**ARBETA IDEELLT FÖR EN ORGANISATION**

**GÅ MED I POLITISKT FÖRBUND/ORGANISATION**

Fråga: Sammanställning av frågorna: ”Kan du tänka dig att… (flervalsfråga)” samt ”Har du det senaste halvåret…? (flervalsfråga)”
Nedbrytning: Tidsjämförelse

Ungdomsbarometern AB © 2021



”Jag tror att stödja välgörenhetsorganisationer kommer att bli 2021 års stora trend bland unga, då den pågående Coronapandemin har uppmärksammat dessa. Jag tror även att man kommer att visa att man stödjer dessa organisationer med symboler såsom cancerfondens karaktäristiska rosa band.”

**- Tjej, 18 år om nästa stora trend bland unga**

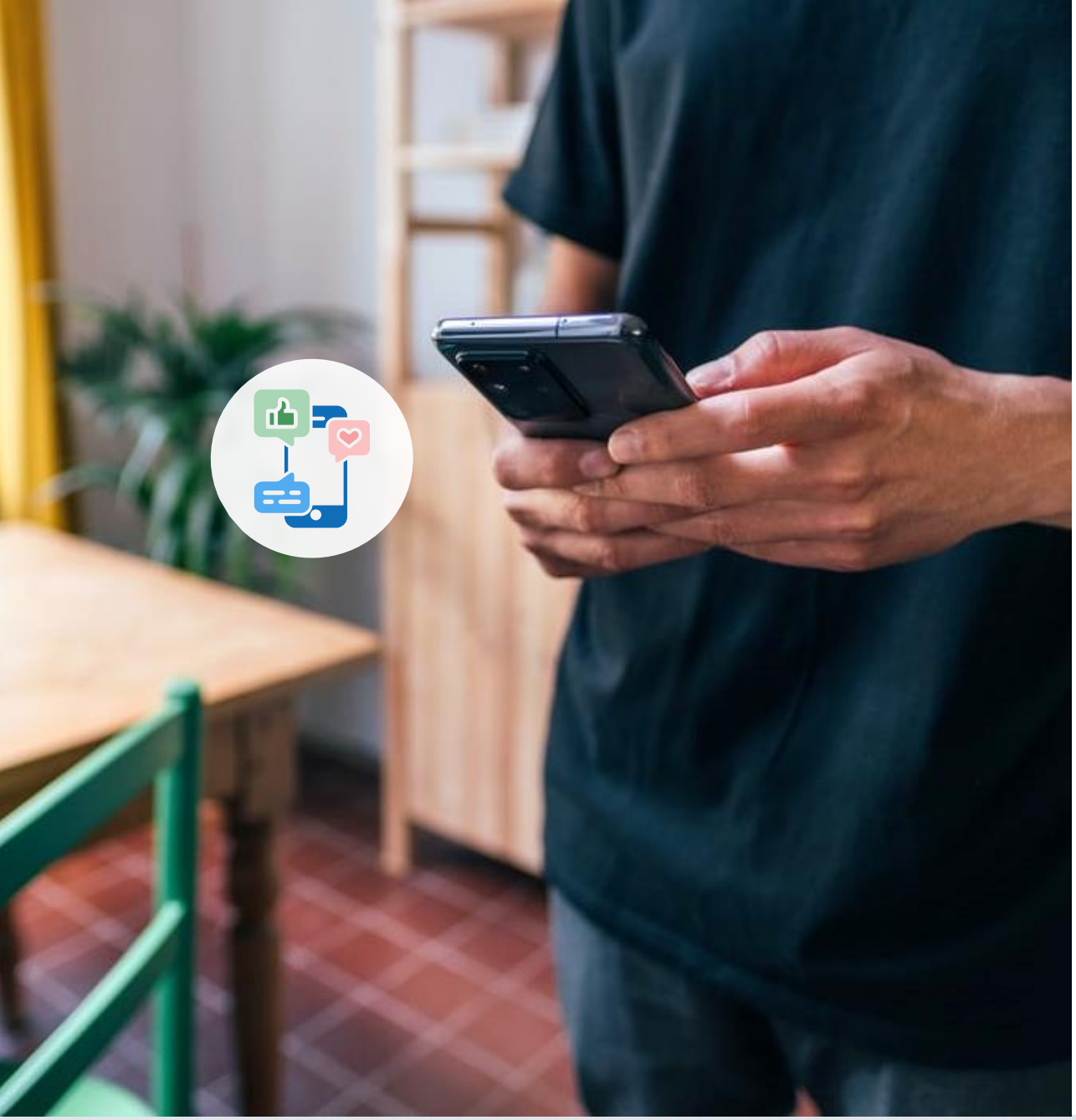
Fråga: Vilken blir 2021 års stora trend bland unga, och varför?

Ungdomsbarometern AB © 2021

# HUR UNGA UTTRYCKER SITT ENGAGEMANG



Ungdomsbarometern AB © 2021



# ENGAGEMANG GENOM DIGITALA KANALER

### Sociala medier viktiga plattformar för engagemang – men inte allt

Det går inte att komma undan att det digitala och sociala livet är integrerat i vartannat för unga idag. Och att antalet plattformar att uttrycka sig på blir allt fler i takt med att nya sociala medier introduceras. Bara över de senaste två åren ser vi en tydlig ökning av antalet unga som använder sociala medier som medel för att uttrycka engagemang. Genom att följa konton, dela inlägg privat till vänner eller publikt i det egna flödet/storyn visar unga vilka frågor de är engagerade i.

### Medel för att hålla sig uppdaterad och påläst

Att vara påläst och ”medveten” är något unga eftersträvar, och många engagerar sig just genom att samla kunskap och läsa på om olika frågor. Men även att dela och sprida denna kunskap vidare till andra. Genom att följa privatpersoner och organisationer som är aktiva inom frågor som engagerar kan unga ta del av, och själva dela vidare, aktuella händelser och fakta. Det gäller inte bara konton som unga stöttar och personer med liknande åsikter som de själva. Att hålla sig uppdaterad om aktiviteten på konton som utmanar eller går emot de egna åsikterna är också viktigt.

### Visa den egna identiteten genom vem du följer och vad du pratar om

Att själva följa och läsa innehåll på sociala medier är för mer än var tredje ung ett uttryck för engagemang, trots att det inte märks så tydligt utåt. Men det vanligaste sättet för unga att uttrycka engagemang är inte det publika, utan vad de pratar med sina vänner om. Det uppfattas som lättare och mer tryggt att uttrycka engagemang i diskussioner med vänner och familj, bland annat för att de är villiga att lyssna och inte dömer en. Men också för att vännerna ofta har liknande åsikter och värderingar.

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Så hur ser egentligen engagemanget ut bland 15-24 åringar?



*Medlem i en ideell organisation/förening*

- 29% är medlem i en ideell org. /förening
- 20% skulle vilja bli medlem, men har ännu inte engagerat sig

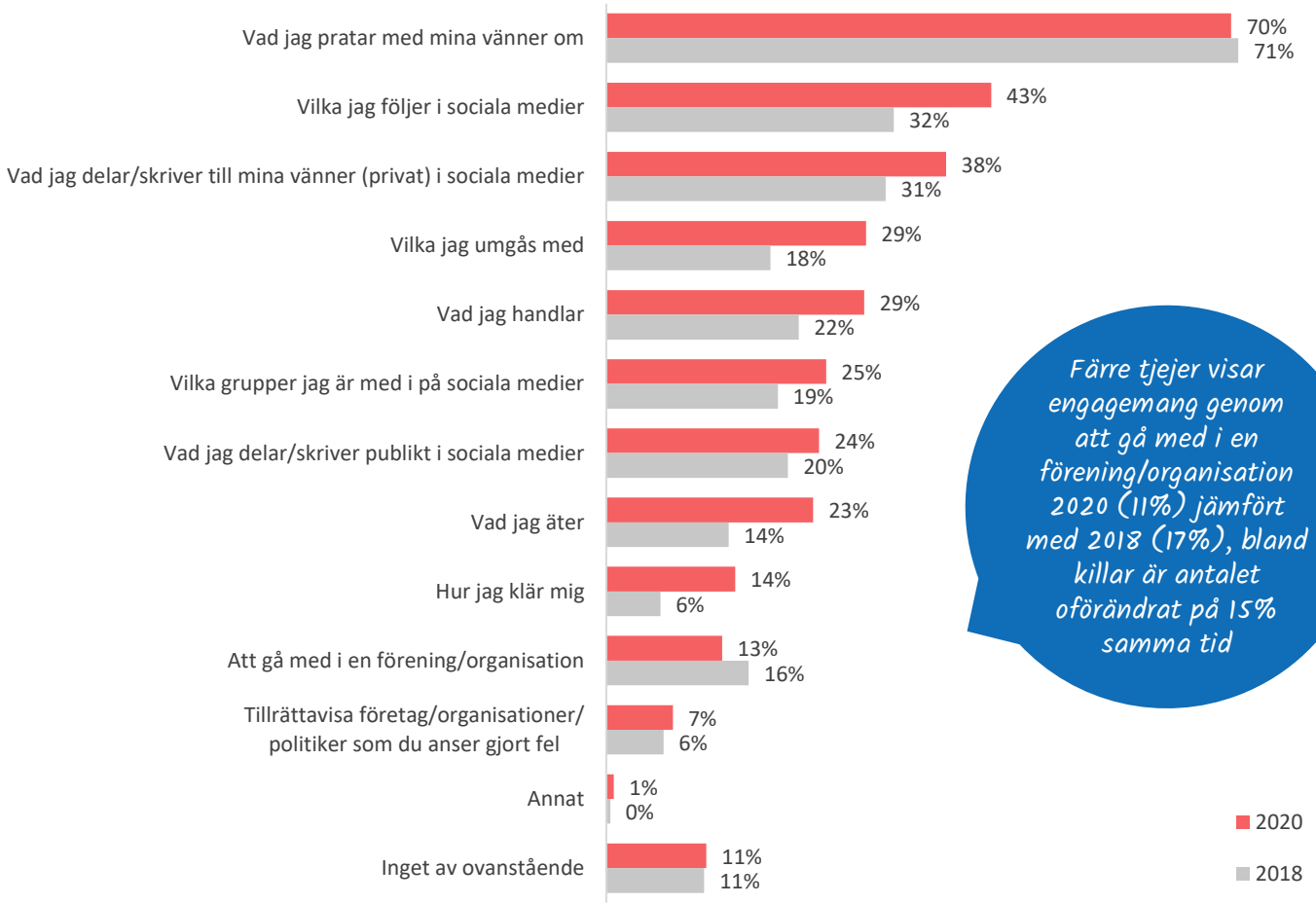
## UNGAS FAKTISKA ENGAGEMANG

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Varannan har diskuterat politik med vänner eller familj | 54% |
| 2 | Två av fem har skänkt pengar/saker till välgörande ändamål | 39% |
| 3 | Var tredje har skrivit på en namninsamling | 33% |
| 4 | Var femte har hjälpt en utsatt person | 23% |
| 5 | Var femte har arbetat ideellt | 20% |
| 6 | Var tionde har burit kläder med ett politiskt budskap | 9% |

Fråga: Har du det senaste halvåret…? (flervalsfråga)

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Vanligast att unga visar att de är engagerade i en särskild fråga genom att prata om det med sina vänner. Samtidigt är det allt fler unga, i synnerhet tjejer, som uttrycker sitt engagemang via sociala medier idag jämfört med år 2018




*Färre tjejer visar engagemang genom att gå med i en förening/organisation 2020 (11%) jämfört med 2018 (17%), bland killar är antalet oförändrat på 15% samma tid*



*Unga uttrycker i snitt sitt engagemang på 3,2 sätt per person år 2020, jämfört med 2,6 sätt per person år 2018. Men antalet unga som svarar ”inget av ovanstående” är oförändrad*

Fråga: När du är engagerad i en särskild fråga, på vilket sätt visar du det? Genom… (flervalsfråga)
Nedbrytning: Tidsjämförelse

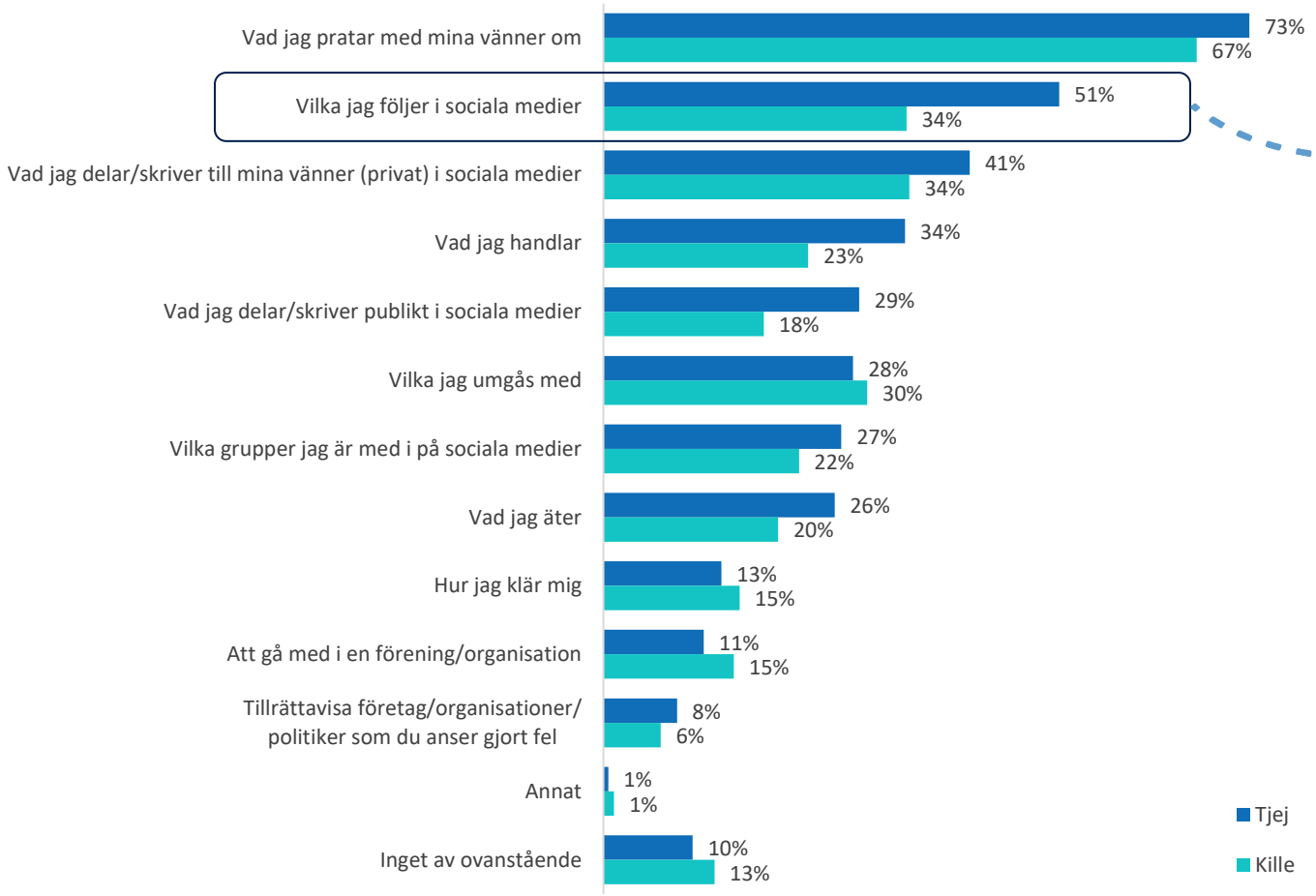
Ungdomsbarometern AB © 2021




Fråga: Du svarade att du visar engagemang genom (angett svarsalternativ). Kan du ge ett exempel på hur?
Filter: Angett minst ett svarsalternativ på frågan ”När du är engagerad i en särskild fråga, på vilket sätt visar du det?”

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Vad unga äter, handlar och har på sig har blivit allt vanligare sätt att uttrycka engagemang på sedan år 2018




*Störst utveckling 2018-2020*

## Tjejer visar engagemang genom...

| | |
|---|---|
| Vilka jag följer i sociala medier | +18% |
| Vilka jag umgås med | +12% |
| Vad jag handlar | +9% |
| Vad jag äter | +9% |
| Att gå med i en förening/organisation | -6% |

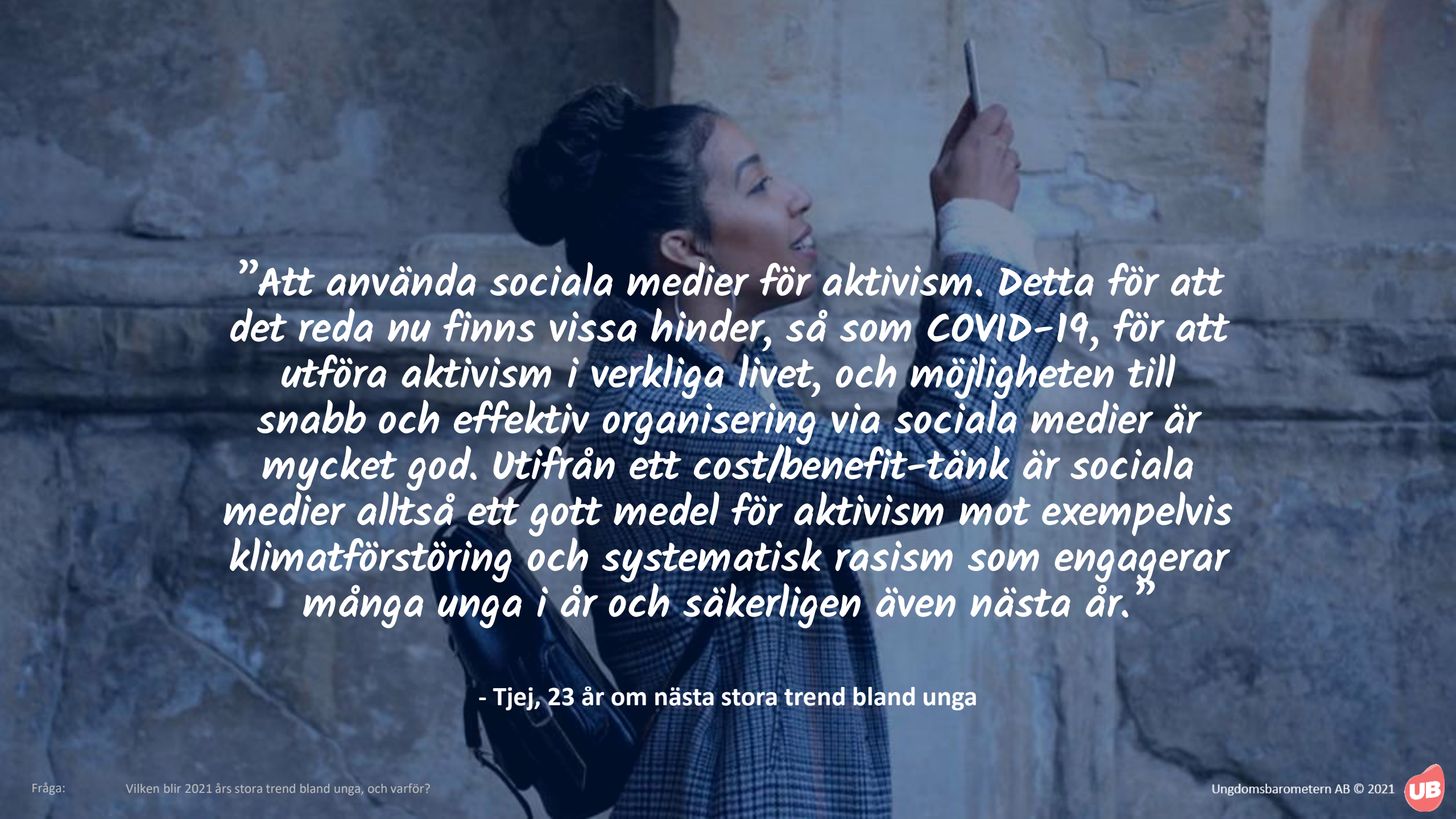
*Störst utveckling 2018-2020*

## Killar visar engagemang genom...

| | |
|---|---|
| Vad jag äter | +11% |
| Hur jag klär mig | +10% |
| Vilka jag umgås med | +9% |
| Vad jag delar/skriver privat i sociala medier | +7% |
| Vilka grupper jag är med i på sociala medier | +5% |

Fråga: När du är engagerad i en särskild fråga, på vilket sätt visar du det? Genom... (flervalsfråga)
Nedbrytning: Kön

Ungdomsbarometern AB © 2021



”Att använda sociala medier för aktivism. Detta för att det reda nu finns vissa hinder, så som COVID-19, för att utföra aktivism i verkliga livet, och möjligheten till snabb och effektiv organisering via sociala medier är mycket god. Utifrån ett cost/benefit-tänk är sociala medier alltså ett gott medel för aktivism mot exempelvis klimatförstöring och systematisk rasism som engagerar många unga i år och säkerligen även nästa år.”

**- Tjej, 23 år om nästa stora trend bland unga**

Fråga: Vilken blir 2021 års stora trend bland unga, och varför?

Ungdomsbarometern AB © 2021

# Ungas engagemang är i hög grad intressestyrt – det påverkar bland annat vilka frågor som engagerar och hur de går tillväga

*Unga med ett intresse av:*
## Miljö- och klimatfrågor

- Fyra av fem kan tänka sig att skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål.
- Vanligare att kunna tänka sig att delta i en demonstration och jobba ideellt för en organisation.
- Vanligare att visa engagemang genom vad de handlar och äter, samt att visa engagemang i sociala medier genom vilka de följer och vad de delar/skriver publikt.
- *Vanligare bland tjejer och stads/storstadsbor. Lika vanligt i alla åldersgrupper från 15-24 år.*

*Identifierar sig ofta som:*
Feminist, Anti-rasist, Miljövän, Vegetarian

*Unga med ett intresse av:*
## Politik och samhällsutveckling



- Fyra av fem kan tänka sig att skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål.
- Vanligare att kunna tänka sig att gå med i ett politiskt förbund eller i ett fackförbund.
- Vanligare att visa engagemang genom att gå med i en förening eller organisation, samt genom vilka de umgås med och vad de pratar med sina vänner om.
- *Vanligare bland killar och stads/storstadsbor. Något vanligare bland 20-24åringar än 15-19åringar. Två av tre är även intresserade av miljö- och klimatfrågor.*

*Identifierar sig ofta som:*
Antirasist, Politisk aktivist, Gamer

*Unga med ett intresse av att:*
## Ta hand om barn/andra som behöver hjälp

- Tre av fyra kan tänka sig att skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål.
- Två av tre kan tänka sig att åka utomlands och arbeta som volontär.
- Inte lika benägen att visa engagemang publikt jämfört med unga miljö- eller politikintresserade. Visar främst engagemang genom vad de pratar med sina vänner om och skriver privat till dem.
- *Knappt två av tre är tjejer. Lika vanligt i alla åldersgrupper från 15-24 år.*



*Identifierar sig ofta som:*
Anti-rasist, Hundmänniska, Feminist

Fråga: Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter? (Miljö- och klimatfrågor, Inrikes-/utrikespolitik och samhällsutveckling, Ta hand om barn/andra som behöver hjälp)
Filter: Svarat antingen 4” eller ”5 – Mycket intresserad”

Ungdomsbarometern AB © 2021

*Jag väljer vegetariskt eller veganskt och tänker på klimatpåverkan framför smak när jag väljer mat.*

– Tjej, 17 år

*Bojkotta produkter som är dåliga för miljön eller skapade av någon med dåliga åsikter.*

–Tjej, 17 år

*Jag skriver regelbundet på namnlistor som är till för att uppmana företag/politiker m.m. om något de gör som jag anser är fel.*

– Tjej, 18 år

*Jag är med i grupper som delar samma åsikter som mig så att jag får ett bredare perspektiv och kan se vad jag håller med om eller inte håller med om.*

– Tjej, 21 år



*Diskuterar mycket politik och liknande med vänner. När det är privat och endast de kan se känns de som ingen dömer en och man kan faktiskt säga vad man tycker. Så man diskuterar med varandra, om vad vi håller med om och även inte håller med om.*

– Tjej, 19 år

*Många kändisar som jag följer på sociala medier följer jag för att de antingen utbildar eller utmanar mig i frågor jag är engagerad i.*

– Kille, 19 år

*Man kan donera en slant, vara aktiv själv! Dela organisationen på sociala medier och hjälpa dom få spridning. Ta kontakt med politiker, ta ställning i kommentarsfälten på artiklar osv.*

– Tjej, 17 år

Fråga: Du svarade att du visar engagemang genom (angett svarsalternativ). Kan du ge ett exempel på hur?
Filter: Angett minst ett svarsalternativ på frågan ”När du är engagerad i en särskild fråga, på vilket sätt visar du det?”




Ungdomsbarometern AB © 2021



# SAMMANFATTNINGSVIS

### Varför unga i fokus?

- Vad som präglar unga idag formar dem som morgondagens givare
- Dagens unga är en engagerad ungdomsgeneration

### Gen Z – en engagerad ungdomsgeneration

- Samhällspolitiskt intresse bland unga har ökat betydligt över tid
- Unga idag känner i långt större utsträckning att de har möjlighet (och ansvar) att påverka i samhället, jämfört med unga för 20 år sedan
- ”Att hjälpa andra” har blivit allt viktigare för unga

### Hur kommer ungas engagemang till uttryck?

- Att diskutera med vänner/familj, skänka pengar eller skriva på namninsamling är uttryck för engagemang som ökar i intresse bland unga
- Att arbeta ideellt för en organisation eller gå med i föreningar, politiska ungdomsförbund minskar i intresse
- Två av tre unga kan tänka sig att skänka pengar regelbundet till välgörande ändamål
- Fler tjejer än killar och fler unga som bor i storstäder, jämfört med unga som bor i mindre städer eller på landsbygden, kan tänka sig att skänka pengar regelbundet
- Vanligast att unga visar att de är engagerade i en särskild fråga genom att prata om det med sina vänner
- Allt fler unga, i synnerhet tjejer, uttrycker sitt engagemang via sociala medier idag jämfört med 2018
- Vad unga äter, handlar och har på sig har också blivit allt vanligare sätt att uttrycka engagemang på sedan år 2018
- Ungas engagemang är i hög grad intressestyrt – det påverkar vilka frågor som engagerar och hur de går tillväga

### Framtid?

- Flera unga uttrycker att de tror att samhällsengagemang kommer att öka, inte minst pådrivet av Corona-pandemin som för många öppnat ögonen för behovet av engagemang

Ungdomsbarometern AB © 2021




# REFLEKTION - VAD SKA VI GÖRA FÖR ATT VARA RELEVANTA FÖR GEN Z?

### Ge dem konkret kunskap

Trygghetssökande och kunskapstörstande vet vi är typiskt för denna ungdomsgeneration – och de är vana att navigera mängder av information i framförallt digitala format. Detta gör det oerhört viktigt med *konkret kommunikation* för att hjälpa unga både att tillskansa sig och att själva kunna sprida kunskap vidare.

### Engagera med autencitet

Autencitet är en nyckel för att fånga intresse och skapa trovärdighet för unga. Genom hög medvetandenorm och ett liv i det digitala, där mycket är personligt riktat och presenterat (t.ex. följer personer framför företag/varumärken) så är de vana ett autentiskt format och föredrar ofta detta framför det uppenbart regisserade. Autencitet hör också samman med viljan att vara här och nu. Detta bidrar till att kortare och tydligt avgränsade engagemangsuppdrag förmodligen är lättare att få in unga på. Även kommunikation som känns mer ”här och nu” och som förmedlas av personer de kan identifiera sig med lockar sannolikt fler.

### Fokusera på det intressestyrda

Unga idag är inställda på ett ansvar och möjlighet att påverka. Men vi vet också att de är väldigt intressestyrda och individuella i sitt engagemang, så för att engagera dem krävs sannolikt att ha intresseområdet i fokus, att plocka upp och bjuda in till individuella engagemang som de känner att de kan, och vill lära sig/vara del av. Det måste vara tydligt återigen både hur och varför – och vad hen som individ kan tillföra eller få ut av det.

### Digital backlash?

Vi tillåter oss också att spana lite på framtiden och anar att många uttrycker en längtan efter det icke-digitala och sociala generellt. Här kan finnas en potential i att locka unga till nya typer av initiativ. Flera uttrycker ju även att de upplever eller tror att Coronapandemin bidrar till ökat samhällsengagemang. Vi tycker det är spännande att spana på om och hur detta utvecklar sig inom insamling och andra typer av ideellt engagemang!

Ungdomsbarometern AB © 2021

ungdoms barometern

## KONTAKT:

Jessica Åkerström

jessica@ungdomsbarometern.se

0720 70 70 38

ANSVARIG ANALYTIKER: *Cecilia Wahlgren*

