



Ekonomi och konsumtion 2026

Utforska studiens innehåll

Ekonomi och konsumtion 2026

– Så tänker unga kring pengar och konsumtion

Hur ser unga på pengar, sparande och konsumtion i en tid präglad av ekonomisk osäkerhet? Vad prioriterar de när pengarna ska räcka till både vardag och socialt liv? I studien *Ekonomi och konsumtion* får du en fördjupad bild av hur unga resonerar kring sparande och ekonomiska val i praktiken. Du får också konkreta exempel på hur unga hanterar sin ekonomi, vilka mål de sparar mot, vilken roll föräldrar spelar och vad de gör när pengarna inte räcker.

Insikter för bättre beslut

Studien är utformad för att ge en djupare förståelse för hur ekonomiska förutsättningar påverkar ungas liv, val och möjligheter. Vi kombinerar långsiktig trenddata med aktuella insikter om sparande, konsumtion och ekonomisk stress, samt hur sociala normer och digitala influenser formar ungas beteenden. Resultatet är ett gediget kunskapsunderlag som hjälper dig att fatta smartare beslut om erbjudanden, kommunikation och strategier riktade

till unga målgrupper. Oavsett om du arbetar inom bank, offentlig sektor eller med konsumentvarumärken är denna studie en ovärderlig resurs för att förstå, och möta, unga i deras ekonomiska 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 – 3 november 2025

Antal intervjuer i denna rapport: 1 156 st

Antal intervjuer i studien totalt: 14 926 st

*Se [metodavsnittet](#) för utförligare beskrivning





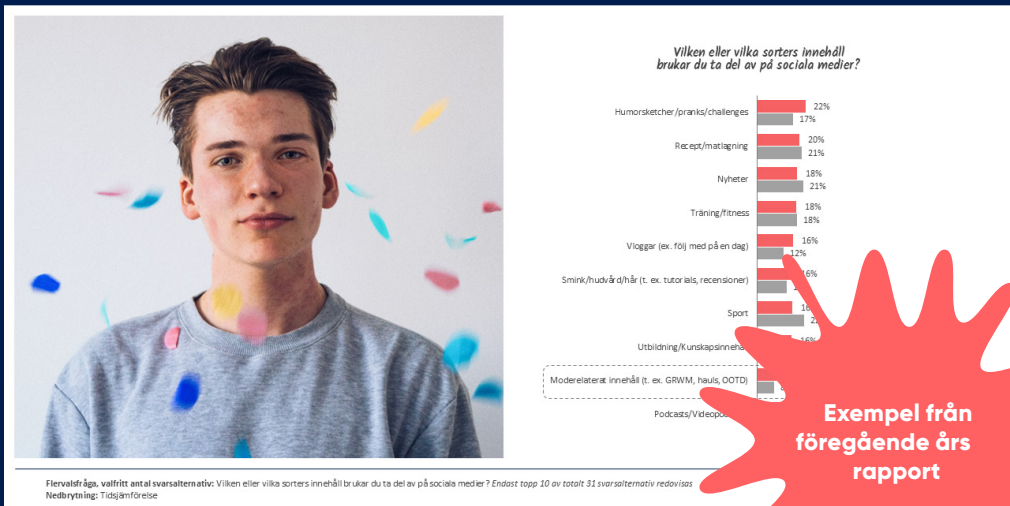
”Finansiell medvetenhet och investering bland unga. Intresset för sparande, fonder och investeringar växer bland unga i Sverige. De oroar sig för ekonomi, framtidsutsikter och vill bygga stabilitet. Med inflation, bostadspriser och osäker arbetsmarknad blir det allt viktigare att förstå och påverka sin egen ekonomiska situation.”

– Kille, 18 år

Aktuella teman i årets studie:

- **Sparande, konsumtion och ekonomiska val**
Hur prioriterar unga mellan att spara, konsumera och tjäna pengar? Vad sparar de till, i vilken utsträckning får de stöd hemifrån och hur gör de när pengarna inte räcker?
- **Ekonomiska förutsättningar och skillnader**
Hur skiljer sig ungas ekonomiska situation åt? Hur påverkar tillgången till pengar deras möjligheter att delta i sociala sammanhang, konsumera och planera framåt?
- **Pengar, socialt liv och vardag**
Vilken roll spelar ekonomi i ungas sociala liv? Hur påverkar pengar möjligheten att umgås, följa med på aktiviteter och känna tillhörighet?
- **Påverkan, normer och ekonomiskt beteende**
Vilka källor, influencers och normer påverkar ungas syn på pengar, sparande och konsumtion? Hur formas deras ekonomiska beteenden i en digital och social kontext?

Från 2023 ser vi att konsumtionen av moderaterat innehåll ökar mest, medan andra typer av innehåll ligger kvar på liknande nivåer



Flervalfråga, valfritt antal svarsalternativ: Vilken eller vilka sorters innehåll brukar du ta del av på sociala medier? Endast topp 10 av totalt 31 svarsalternativ redovisas. Nedbrytning: Tidsjämförelse

VARUMÄRKEN I ONÅD – VAR TRAMPAR DE SNETT ENLIGT UNGA?

I förra årets rapport grävde vi djupare i vad det är som gör att unga tycker om ett varumärke, men ofta är det lika viktigt att förstå var fallgroparna är. Därför har vi i år frågat unga vad som kan vara anledningen till att de inte tycker om ett varumärke!

• Hamnar fel värderingsmässigt

Att associeras med ohållbar miljöpåverkan eller oetisk produktion hamnar högt upp på ungas ute-lista. Till detta adderas också en annan typ av social hållbarhet, nämligen att inte förstärka problematiska skönhetsideal!

• För dålig kvalitet för pengarna

Produkter med för dålig kvalitet eller som kostar mer än det smakar får den smarta Gen Z-konsumenten att se rött. Intressant är att här nämns framför allt varumärken i lägre prissegment!

• Marknadsföring som inkräktar eller stör

Unga värnar om sin egen integritet – varumärken som upplevs alldeles för pushiga, oseriösa eller som upplevs bryta regler för dataintegritet går bort.



PRIORITERAR VINST ÖVER
ETIK OCH HÅLLBARHET



FÖRMEDLAR SKEVA ELLER
SMALA SKÖNHETSIDEAL



DÅLIG KVALITET TILL
ÖVERPRIS



FÖR AGGRESSIV
ELLER OSERIÖS
MARKNADSFÖRING



INKRÄKTAR PÅ ENS
INTEGRITET ONLINE

Fritextfråga: Spontant, säg ett varumärke du inte tycker om och berätta varför!

Hur används studien i praktiken?

Här är några vanliga sätt organisationer drar nytta av insikterna från studien Ekonomi och konsumtion:

- För att förstå hur ekonomi påverkar ungas sociala liv
- Som underlag för att utveckla erbjudanden, tjänster och produkter som möter ungas ekonomiska verklighet
- För att förstå vad som driver ungas val kring sparande, köp och konsumtion, och hur ekonomiska skillnader påverkar dem
- I arbetet med att anpassa kommunikation om privatekonomi, sparande och ekonomisk trygghet
- Som stöd i utvecklingen av lösningar inom bank, sparande, betalning och finansiella tjänster

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

[Kontakta oss!](#)

Frågor som besvaras i rapporten:

Unga och deras ekonomi:

- Hur ser unga på pengar, sparande och konsumtion, och hur påverkar ekonomin deras vardag, välmående och framtidstro?
- Vilka är de främsta orosmomenten kopplade till privatekonomi?
- Hur skiljer sig ungas ekonomiska situation åt och vilka konsekvenser får det i vardagen?

Sparande, konsumtion och prioriteringar:

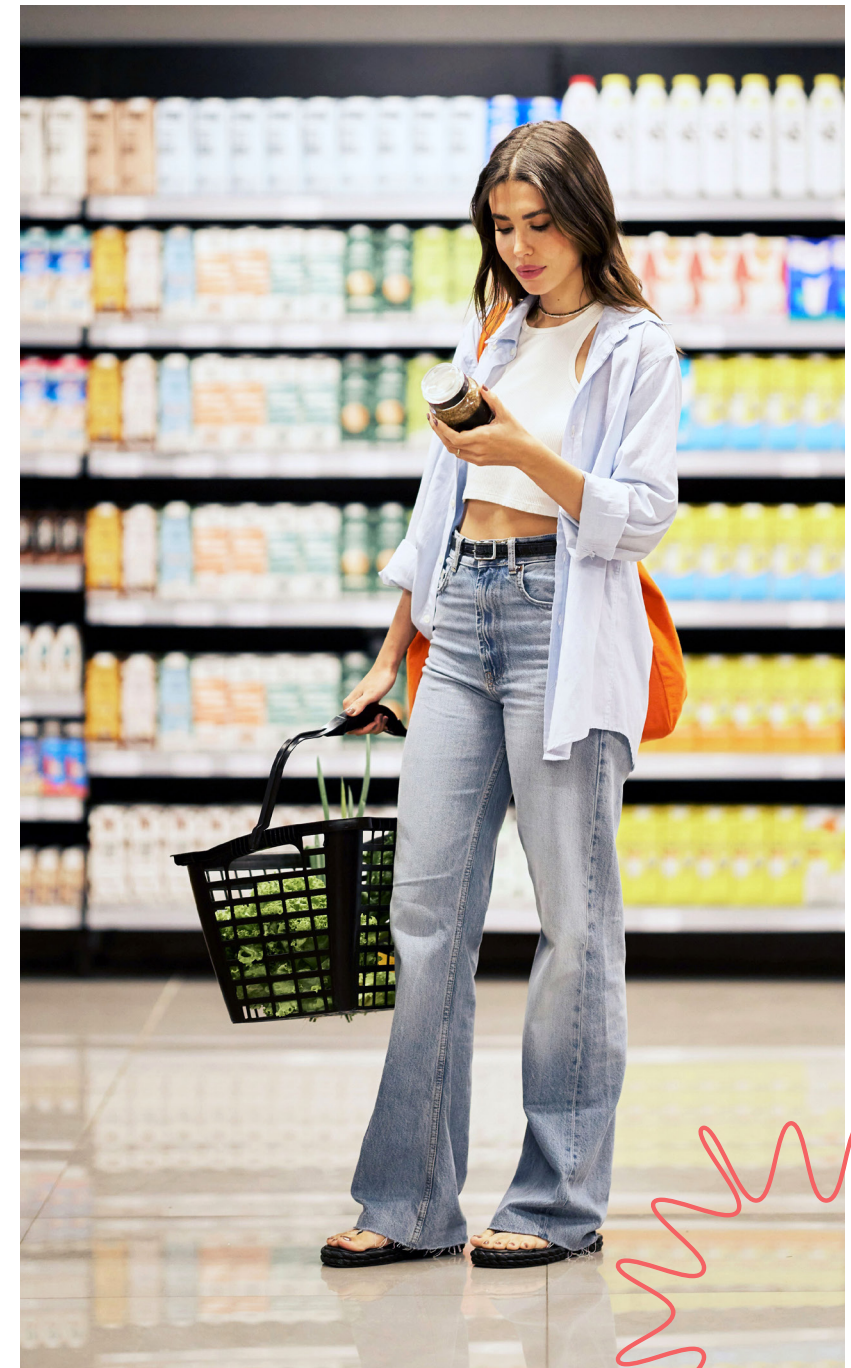
- Hur prioriterar unga mellan att spara, konsumera och tjäna pengar?
- Vad sparar unga till och vilka mål har de med sitt sparande?
- Hur har ungas konsumtionsvanor förändras över tid?

Ekonomi i vardagen och socialt liv:

- Hur påverkar ekonomi ungas möjligheter att umgås och delta i aktiviteter i vardagen?
- Hur hanterar unga situationer där ekonomin inte räcker till och vilken roll spelar stöd från föräldrar eller andra?
- Hur påverkar ekonomiska förutsättningar ungas livsstil och vardagliga val?

Påverkan, normer och beteenden:

- Vilka källor påverkar ungas syn på pengar, sparande och konsumtion?
- Vilken roll spelar sociala medier och influencers i ungas ekonomiska beteenden?
- Hur formas normer kring konsumtion, sparande och status, och hur resonerar unga kring ansvar och framtida ekonomi?



Därför ska du ta del av Ekonomi och konsumtion:

- **Fatta bättre beslut**

Basera era strategier på fakta om hur unga faktiskt hanterar pengar, inte antaganden!

- **Förstå ungas ekonomiska beteenden**

Lär dig hur unga prioriterar mellan sparande, konsumtion och socialt liv i vardagen

- **Utveckla relevanta erbjudanden**

Skapa tjänster och produkter som matchar ungas ekonomiska förutsättningar och behov

- **Kommunicera rätt kring ekonomi**

Anpassa budskap om sparande, konsumtion och trygghet så att de träffar rätt

Kostnad:

Studien Ekonomi och konsumtion kostar 45 000 kr (ex. moms)*.

Priset inkluderar följande:

- Rapporten Ekonomi och konsumtion 2026 (ca 40 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 analysstiden. 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 Ekonomi och konsumtion får ni upp till 50% rabatt på andra rapporter och moduler från Sveriges största ungdomsstudie. Erbjudandet gäller både andra delar av Ungdomsbarometern 2026 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 ert 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 2026 finns sammanställd i åtta studieområden:



Identitet, livsstil och hälsa



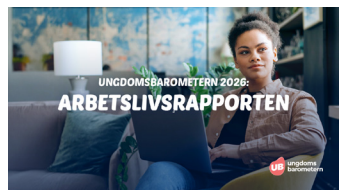
Samhälle, politik och engagemang



Gymnasium



Högskola



Arbetsliv



Mat och måltider



Ekonomi och konsumtion



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 skräddarsydda 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.