



**UNGDOMSBAROMETERN 2025:**  
**VARUMÄRKEN,  
KOMMUNIKATION OCH  
SOCIALA MEDIER**



ungdoms  
barometern

# Varumärken, kommunikation och sociala medier

Hur interagerar unga med varumärken och digitala kanaler? Rapporten Varumärken, kommunikation och sociala medier ger en omfattande bild av ungas mediekonsumtion, sociala medievänor och attityder till reklam och varumärken.

Rapporten kartlägger hur unga upptäcker nya produkter, fattar köpbeslut och förhåller sig till innehåll och information online. Vi undersöker allt från informationsinhämtning och källkritik till påverkansfaktorer och attityder till olika reklamkanaler. Här får du en komplett överblick över ungas digitala värld och vad som engagerar nästa generation konsument.

## FAKTA OM RAPPORTEN

**Omfattning:** ca 40 sidor.

**Intervjumetod:** Digital enkätundersökning

**Målgrupp:** Unga i Sverige 15-24 år

**Fältperiod:** 3 oktober - 4 November 2024

**Antal intervjuer i denna rapport:** 1 412 st

**Antal intervjuer i studien totalt:** 17 445 st

Exempelbilder från rapporten



# Frågor som besvaras i Varumärken, kommunikation och sociala medier:

## Sociala medier

- Vilka sociala plattformar är störst bland unga? Vilka skillnader ser vi på ålder och kön?
- Vilka plattformar spenderar unga mest tid på en typisk vecka?
- Vilken plattform önskar de aldrig hade uppfunnits?
- Hur förhåller sig unga till källkritik och integritet online?
- Vilken typ av innehåll tar unga del av på sociala medier?
- Vilken typ av format på innehåll föredrar unga?
- Vilka kreatörer gör bäst innehåll på sociala medier just nu enligt unga?

## Varumärken och reklam

- Vilka företag/varumärken skulle unga vilja samarbeta med om de var en influencer?
- Vilka faktorer gör att unga inte gillar ett visst varumärke?
- Vad gör ett varumärke coolt?
- Vilken roll spelar estetiskt uttryck, idrottsponsoring eller att ta ställning i samhällsfrågor?
- Vilka företag/varumärken anser unga gör bra innehåll i sociala medier? Varför går just de hem hos unga?
- Var upplever unga att de exponeras för reklam en vanlig vecka?
- Vilka reklamkampanjer nämner unga spontant att de uppmärksammat och gillat? Varför går just de hem hos unga?

## Mediekonsumtion och research

- Hur ser ungas mediekonsumtion ut? Hur har den förändrats över tid?
- Vilka är de främsta anledningarna till att unga använder streamingtjänster, lyssnar på podcasts eller läser böcker?
- Hur villiga är unga att betala för exklusivt innehåll?
- I vilken utsträckning låter unga algoritmen styra vilket innehåll de tar del av?
- Vilka anser unga spelar störst roll i att skapa och sprida trender?
- Hur upptäcker unga nya saker de vill göra, testa eller köpa?
- Vart vänder sig unga för att hitta nya produkter eller tjänster de är intresserade av att köpa?
- Vad gör unga om de vill lära sig mer om ett visst ämne?
- Hur ser ungas research resa ut, från exponering till köp?

## Så tar du del av Varumärken, kommunikation och sociala medier:



### Rapport

Rapporten om varumärken, kommunikation och sociala medier går på djupet med hur unga interagerar med varumärken idag. Upptäck deras sociala medievänor, attityder till reklam, favoritkreatörer och hur de upptäcker nya produkter. På cirka 40 sidor bjuder vi på insikter och data som hjälper dig att förstå vad som engagerar nästa generation konsumenter.



### Workshop

Engagera din organisation med en interaktiv workshop där vi fördjupar oss i insikter om unga och kopplar dem till era specifika utmaningar och mål. Genom övningar, diskussioner och analys hjälper vi er att omsätta kunskap till konkreta strategier och lösningar. Workshopen kan anpassas efter ett särskilt rapportområde eller fokusera på frågor som är mest relevanta för verksamheten.



### Föreläsning

Öka kunskapen om unga inom din organisation med en föreläsning av våra experter. Vi erbjuder allt från generella insikter om unga till skräddarsydda presentationer som anpassas efter era specifika behov och intressen. Föreläsningar kan inspirera och engagera internt, samtidigt som de ger insikter om vad som driver och påverkar nästa generation.



### Skräddarsydd analys

Vill du få en djupare förståelse för en specifik målgrupp bland unga eller utforska frågor som är särskilt viktiga för din organisation? Vi kombinerar övergripande insikter från våra rapporter med detaljerade analyser av era fokusområden, inklusive tidsjämförelser mellan olika årgångar. Vid behov kan vi även genomföra ny datainsamling och komplettera med kvalitativa metoder för en ännu djupare förståelse.

**Vill du köpa en rapport, boka en föreläsning eller beställa en skräddarsydd analys?**

Kontakta Johanna för mer information:



**Johanna Göransson**

Expert livsstil och konsumtion

[johanna@ungdomsbarometern.se](mailto:johanna@ungdomsbarometern.se)

076 186 04 04