



NISCHOMRÅDE · KURERAD TRENDANALYS

Generationsskiftet – hur Gen Z förändrar branschen som kunder och medarbetare

Analys av hur Generation Z påverkar svenska branscher som kunder och medarbetare, med fokus på nya krav inom digitalisering, hållbarhet och arbetsplatskultur.

UPPDATERAD 30 juni 2026

● Mikro ● Makro ● Mega

12 —
PUBLICERADE
TRENDER

KORT SVAR

Det viktigaste i analysen

Generation Z omformar svenska branscher genom att kräva autentisk transparens, digitala köpupplevelser och en arbetsplatskultur som prioriterar flexibilitet och psykosocialt stöd. Företag som lyckas är de som integrerar **social-first-strategier** med **verifierbar hållbarhet** och tydliga karriärvägar för unga talanger.

01 Hur bör vi anpassa vår rekryteringsstrategi för att attrahera Gen Z?

Skifta fokus till autentiskt, medarbetargenererat innehåll i sociala kanaler genom **WorkTok-strategier** och bygg systematiska pipelines via **utbildningssamarbeten**. Gen Z värderar transparens och vill se den faktiska vardagen snarare än polerade annonser.

03 Hur undviker vi risken för greenwashing i vår kommunikation mot unga?

Leverera **verifierad data** och undvik moraliserande budskap. Gen Z genomskådar vaga löften; fokusera istället på **praktisk hållbarhetskommunikation** som betonar kvalitet och cirkulära tjänster.

02 Vilka krav ställer Gen Z på den hybrida arbetsplatsen?

De kräver en **hybrid modell** som balanserar flexibilitet med social närvaro för mentorskap. Fokusera på team-dagar och mikro-lärande för att motverka stress och öka engagemanget.

04 Vilka investeringar i e-handeln är mest kritiska för att nå Gen Z?

Prioritera **mobiloptimerade betalflöden** och **GenAI-drivna rekommendationer**. Köpresan måste vara sömlös och social-first för att möta förväntningar på snabbhet och personlig relevans.

MAKROTREND

Employer branding i realtid: WorkTok och medarbetargenererat innehåll som kärnkanal för rekrytering

Autentiska "day-in-the-life"-videor och medarbetarberättelser i TikTok/Instagram-flöden påverkar ansökningar och employer conversion rates för Gen Z. HR-team behöver pilota kortformat employer content, sätta KPI:er (views→ansökningar) och bygga snabba kreativa processer (content-kit + legal/godkännanden) för att nå kandidater där de är.

Arbetskraft

Digitalisering

Affarsmodeller

3 observationer · senast 26 maj 2026

Källor

01 **Trend: Tiktok goes worktok | TNG Insights**
tng.se

02 **HR & Employer Branding Trender i Sverige 2026**
virtualcareerdays.se

03 **Sociala medietrenderna som formar employer branding 2026**
oddwork.se

MAKROTREND

Hybrid men social arbetsmodell + mikro-lärande som krav för talangattraktion

Gen Z föredrar flexibla/hybrida arbetssätt kombinerat med regelbunden fysisk närvaro för mentorskap och nätverk, samt krav på snabba lärvägar (mikrokurser, mentorskap). Företagsåtgärd: redesign av hybridpolicy (fokus på team-dagar), etablera mentorsprogram och paket av mikrokurser för onboarding och AI-verktyg inom 0–18 månader för att sänka turnover och attrahera unga talanger.

Arbetskraft

Digitalisering

3 observationer · senast 27 februari 2026

Källor

- 01 **Generation Z i arbetslivet | PwC**
pwc.se
- 02 **Så attraherar du framtidens talanger – Gen Z**
tng.se
- 03 **”Kompetensförsörjningen är det största tillväxthindret”**
svensktnaringsliv.se

MIKROTREND

Social-first discovery och social commerce – optimering för TikTok/Instagram med DSA/DMA-krav

Gen Z upptäcker och köper i högre grad via sociala medier och UGC; företag måste bli 'social-first' genom att optimera kortformat, shoppable-flows och influencer-partnerskap. Samtidigt kräver DSA/DMA transparens i ranking, annonser och innehållshantering — företagen måste därför implementera moderation-workflows, annons-transparens och juridisk översyn av plattformssamarbeten.

E-handel

Digitalisering

Reglering

4 observationer · senast 14 maj 2026

Källor

01 Voice of the Consumer Survey 2024 | PwC
pwc.com

02 Most global shoppers now omnichannel-focused, social also on the list - study - FashionNetwork Sweden
se.fashionnetwork.com

03 EU's Digital Services Act and Digital Markets Act enter into force | EEAS
eeas.europa.eu

MAKROTREND

Attityd-beteende-gap och risk för greenwashing kräver verifierbar transparens

Gen Z kräver hållbarhet men agerar ibland inkonsekvent; falska eller vaga hållbarhetspåståenden straffas snabbt i sociala medier. Företag måste leverera tredjepartsverifierade data, synlig ESG-metadata i köpprocessen och strikt kommunikationskontroll för att undvika rykte- och försäljningsförluster.

Hållbarhet

Sakerhet

5 observationer · senast 1 augusti 2026

Källor

01 Så driver varumärken hållbar e-handel | Hallbarehandel.se
hallbarehandel.org

02 Sustainable Brand Positioning
planetmediallc.com

03 Brand Identity Design For Sustainable Startups Building Credibility in 2026
ethical-agency.com

MAKROTREND

Cirkulära erbjudanden med digital spårbarhet riktade mot Gen Z

Gen Z värderar verifierbar hållbarhet; företag testar nu återbruk, prenumerationer och digital produktmärkning (spårbarhet/LCA) som konkurrensverktyg. Konkret åtgärd är att lansera ett cirkulärt piloterbjudande (reparation/retur/prenumeration) och koppla det till digitala spårbarhetsdata för att mäta återköpsgrad och miljönytta.

Hållbarhet

Affärsmodeller

Digitalisering

12 observationer · senast 1 augusti 2026

Källor

01 Sweden increases EU effort on AI, cybersecurity and digitalisation | Vinnova
vinnova.se

02 Svensk Handels Hållbarhetsundersökning 2025/2026
svenskhandel.se

03 Svensk Handel om cirkulära affärsmodeller och lönsamhet - Aktuell Hållbarhet
aktuellhallbarhet.se

MAKROTREND

Praktisk hållbarhetskommunikation framför moralism

Svenska unga värderar hållbarhet men är mer pragmatiska än idealistiska; konkreta, prisvärda hållbara alternativ och återbrukstjänster fungerar bättre än moraliserande budskap. Åtgärd: ompositionera hållbarhetskommunikation till nyttovärden (kostnad per användning, kvalitet, garanti, repair-erbjudanden) och kvantifiera miljöeffekt i köpflödet.

Hållbarhet

Konsumentbeteende

3 observationer · senast 1 augusti 2026

Källor

01 **Hållbara och Cirkulära Affarsmodeller**
naturvardsverket.se

02 **Nine key consumer trends in 2024 | McKinsey**
mckinsey.com

03 **Rapportsläpp: Generationsrapporten 2025**
info.ungdomsbarometern.se

MAKROTREND

Ökad stress och psykisk ohälsa bland Gen Z kräver konkreta retention-åtgärder

Gen Z rapporterar högre stress och osäkerhet kring karriärer vilket ökar turnover-risken. Företag måste träna chefer i psykosocialt stöd, erbjuda tydliga karriär- och utbildning-spår samt mäta eNPS, sjukfrånvaro och omsättning för 20–29-åringar för att prioritera åtgärder.

Arbetskraft

Halsa

15 observationer · senast 9 juli 2026

Källor

01

Randstad releases new workmonitor 2026 report.
randstad.com

02

LinkedIn Research: Nearly 80% of people feel unprepared to find a job in 2026, as two-thirds of recruiters say it's harder to find quality talent
news.linkedin.com

03

Global Talent Barometer: Workers More Confident Than Ever, But Job Satisfaction Lags as Companies Struggle to Match Employee Ambitions | Placera.se
placera.se

MIKROTREND

Autentisk digital rekryteringskommunikation med medarbetarberättelser

Kandidater påverkas starkt av korta, autentiska format (Instagram, LinkedIn, video) där medarbetare visar dagligt hållbarhetsarbete. Inför 'grön onboarding', medarbetarvideos och snabba kommunikationswins (t.ex. månadens hållbarhetshjälte) för att öka ansökningsfrekvens och employer credibility.

Digitalisering

Arbetskraft

Konsumentbeteende

7 observationer · senast 26 maj 2026

Källor

01 **Employer Branding in Recruitment: Strategies to Attract Top Talent**
universumglobal.com

02 **The 10 ESG & Sustainability Trends That Will Shape Hospitality in 2026**
linkedin.com

03 **Employer Branding 2026**
oysterlink.com

MAKROTREND

Pris-segmentering: value-linjer + 'micro-splurge' premiumprodukter

Gen Z skiftar kategorivis mot billigare basvaror samtidigt som de spenderar selektivt på små lyxköp. Företag bör lansera multipris-tier (value, rental/subscription, premium micro-drops) och A/B-testa konvertering/LTV per segment för att fånga både prisedvetna och splurge-köp.

Konsumentbeteende

Affarsmodeller

Ekonomi

3 observationer · senast 1 augusti 2026

Källor

01 **State of the Consumer trends report 2025 | McKinsey**
mckinsey.com

02 **Rapportsläpp: Generationsrapporten 2025**
info.ungdomsbarometern.se

03 **Gen Z leads the trade-down trend**
mckinsey.com

MAKROTREND

Mobilförst, snabb omnichannel-checkout blir standard

Gen Z förväntar sig mobilbetalningar, flera betalalternativ och en sömlös checkout både i butik och online. Företag måste prioritera mobiloptimerade betalflöden, snabb one-click checkout och centraliserad betalningsintegration för att undvika konverteringsförluster.

Digitalisering

E-handel

Effektivisering

7 observationer · senast 1 augusti 2026

Källor

01 **Så vill generation Z betala i butik och online**
swedbankpay.se

02 **The future of payments: Six industry trends shaping 2026**
mastercard.com

03 **E-Commerce Payment Trends to Look Out For in 2026 | Brite**
britepayments.com

MAKROTREND

GenAI-driven hyper-personalisering och AI-assistenter förväntas av kunder

Unga kunder förväntar sig generativ AI-assistans (stilrekommendationer, personlig köprådgivning) vilket kräver implementering av GenAI-funktioner med transparent modellkommunikation och mätning av konverteringslyft. Företag behöver snabbt bygga MVP:er för GenAI-rekommendationer, A/B-testning och policy för modell-transparens.

- Ai
- Digitalisering
- E-handel
- 6 observationer · senast 14 maj 2026

Källor

01	Artificiell intelligens och shopping – Capgemini-rapporten "Vad som är viktigt för dagens konsument" 2025 SOCIALPRESS socialpress.pl
02	GenAI Adoption Index – Sweden 2026 Alice Labs alicelabs.ai
03	Sociala medier styr hur Gen Z näthandlar – Företagande.se foretagande.se

MIKROTREND

Systematiska pipelines via skolor, YH och praktik minskar time-to-hire

Sektorn skiftar mot långsiktiga samarbeten med gymnasier, YH-utbildningar och branschnätverk (praktik, lärlingsplatser, prova-på-veckor) för att säkra jämn inflöde av unga talanger. HR ska designa praktik-/apprenticeship-program med tydliga karriärvägar och uppföljnings-KPI:er för att konvertera praktikanter till fasta anställda.

Arbetskraft

Affarsmodeller

15 observationer · senast 9 juli 2026

Källor

01	Kompetensförsörjning och utbildning Visita visita.se
02	Strengthening skills and labour market matching: OECD Economic Surveys: Sweden 2025 OECD oecd.org
03	How Vinnova strengthened Swedish innovation power in 2024 Vinnova vinnova.se

OM ANALYSEN

Använd gärna analysen

Du får gärna skriva ut, dela och citera ur analysen. Använd insikterna i ert eget arbete, i presentationer och i samtal där de kan göra nytta.

DOKUMENTKÄLLA

<https://trendscope.se/generationsskiften-hur-gen-z-forandrar-branschen-s>

NÄR DU HÄNVISAR

Ange Trendscope som källa. I digitala sammanhang får du gärna länka tillbaka till dokumentkällan, så att läsaren kan hitta den senaste publicerade versionen och följa underlaget vidare.

KONTROLLERA VIKTIGA UPPGIFTER

Både människor och AI kan missa sammanhang, feltolka uppgifter eller återge en källa fel. Kontrollera därför originalkällan när en uppgift ska ligga till grund för beslut, publicering eller andra sammanhang där korrekthet är viktig.

AI-STÖD OCH MÄNSKLIG KURERING

Delar av källinsamlingen och bearbetningen har gjorts med AI-stöd. Urval, struktur och den publicerade analysen har granskats och kurerats redaktionellt av människor.

FÖRESLAGEN HÄNVISNING

Trendscope. “Generationsskiften – hur Gen Z förändrar branschen som kunder och medarbetare”. Uppdaterad 30 juni 2026.