

TRENDScope

10 TRENDER

UPPDATERAD 1 AUGUSTI 2026

Ungdomars värderingsskifte och nya konsumtionsmönster

Utforska hur unga konsumenters skifte mot balans och hållbarhet omformar marknaden och påverkar framtidens varumärkesstrategier.

● Mikro ● Makro ● Mega

MAKROTREND

Från prestationskultur till hållbar livskvalitet

Ett skifte sker där unga prioriterar mental hälsa och 'slow living' framför statuskonsumtion, vilket skapar en marknad för produkter och tjänster som främjar balans, trygghet och sammanhang snarare än snabb tillfredsställelse.

Halsa

Konsumentbeteende

Innovation

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Möt framtidens hållbara konsumenterscienceparkboras.se**Trendspaningar 2026 - Omvärld i förändring**corporate.visitsweden.com

MIKROTREND

Social jämförelse som barriär för hållbar livsstil

Trots en uttalad vilja att leva hållbart skapar sociala medier och grupstryck en 'konsumtionspress' som motverkar ungas miljöambitioner. Företag som lyckas positionera hållbara val som socialt statusgivande (snarare än uppoffrande) vinner mark.

Konsumentbeteende

Hållbarhet

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Konsumtion, social påverkan och ekonomisk medvetenhet ...gupea.ub.gu.se**Hur får vi ungdomar att handla hållbart?**lup.lub.lu.se**Elevers uppfattning om sina egna konsumtionsvanor samt ...**diva-portal.org

MAKROTREND

Cirkulär livsstilsekonomi

En förflyttning från ägande till cirkulära modeller såsom hyra, reparation och andrahandsförsäljning. Unga konsumenter integrerar cirkularitet som en naturlig del av sin livsstil för att minska klimatavtryck och främja praktisk hållbarhet.

Cirkularitet

Hållbarhet

Affarsmodeller

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Hållbar konsumtion och produktion

naturvardsverket.se

FRAMTIDENS HÅLLBARA KONSUMTION

handelsradet.se

MAKROTREND

Generation Z:s inflytande och aktivistisk konsumtion

Yngre generationer, särskilt Gen Z, har ett betydande inflytande på marknaden och driver aktivt 'aktivistisk konsumtion' genom att bojkotta varumärken som inte lever upp till deras sociala och miljömässiga värderingar. Företag måste anpassa sina strategier för att möta dessa krav på etiskt och hållbart agerande för att attrahera denna köpstarka grupp.

Konsumentbeteende

Demografi

Konkurrens

4 OBSERVATIONER · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Ungas förutsättningar för hållbar konsumtionnaturvardsverket.se**Rapport: Så påverkar unga svenskar hushållens konsumtion - Resumé**resume.se**Trends 2026 31 33 the Rise of Ethical Capitalism Why Purpose Became Performance 4c6ef32191b9**medium.com

MAKROTREND

AI-stödd vägledning för medvetna val

Användning av AI-verktyg för att hjälpa konsumenter att navigera i komplexa hållbarhetsdata och etiska val. Detta minskar kognitiv belastning för unga konsumenter och flyttar makten från varumärkeskommunikation till objektiva, AI-drivna jämförelsetjänster.

Ai

Teknik

Hallbarhet

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Forskningsnyheter från Högskolan i Halmstad | hh.se

Nyheter & artiklar
kairosfuture.com

MEGATREND

The Great Wealth Transfer omformar varumärkeslojalitet hos yngre generationer

Stora förmögenheter överförs från babyboomers till millennials och Gen Z, samtidigt som dessa generationer prioriterar värderingsdrivna varumärken framför traditionella statusmarkörer. Varumärkespositionering måste därför anpassas till en yngre målgrupp som kräver autenticitet, hållbarhet och social påverkan. Trenden påverkar särskilt premiumvarumärken och finansiella...

Demografi

Konsumentbeteende

Affarsmodeller

2 OBSERVATIONER · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Trendföreläsning What's On 2026 | Kairos Future

kairosfuture.com

Branding Trends 2026: Authenticity and Purpose-Driven Strategies

digital-business-lab.com

SYFTESDRIVEN MARKNADSFÖRING

diva-portal.org

MIKROTREND

Hushållens konsumtionsmakt via unga

Unga agerar som 'influencers' i hemmet där två tredjedelar påverkar familjens inköpsbeslut. Deras identitetsbyggande, där de kategoriserar sig själva som exempelvis 'miljövän' eller 'foodie', styr direkt vilka varor familjen köper, vilket gör dem till en kritisk målgrupp för att nå hushållens plånböcker.

Konsumentbeteende

Hallbarhet

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Rapport: Så påverkar unga svenskar hushållens konsumtion - Resumé

resume.se

MAKROTREND

Värderingsklyfta mellan könen

Det finns en växande polarisering i värderingar mellan unga män och kvinnor. Medan kvinnor i högre grad fokuserar på hälsa och miljö, uppvisar unga män en trend mot mer konservativa värderingar och fokus på fysisk prestation, vilket kräver segmenterad kommunikation för varumärken.

Demografi

Konsumentbeteende

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Ny rapport: Svenska ungdomstrender | Göteborgs universitet

gu.se

Samhället behöver främja en hälsosam ...

folkhalsomyndigheten.se

MEGATREND

Värderingsstyrd konsumtion och transparens

Konsumenter, särskilt yngre generationer, söker fotografer och varumärken som delar deras värderingar kring hållbarhet och socialt ansvar. Detta ställer högre krav på transparens och meningsfullhet i det visuella berättandet.

Hållbarhet

Konsumentbeteende

9 OBSERVATIONER · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Gen Z Consumer Behavior[later.com](#)**The Consumer Behavior of Generation Z An Impact in Modern Marketing Innovations**[rsisinternational.org](#)**The Role of Social Media in Gen Zs Purchasing Decisions**[kadence.com](#)

MIKROTREND

Granny Hobbies: Återuppvärdering av hantverk

Unga lämnar skärmen för att ägna sig åt praktiskt skapande som bakning, sömnad och måleri. Detta skapar en ny marknad för 'gör-det-själv'-kit, hållbara material och fysiska mötesplatser för kreativt utbyte.

Konsumentbeteende

Innovation

1 OBSERVATION · SENAST 1 AUGUSTI 2026

Trenden 2026 bland unga: "Scrolla mindre, lev mer"

gymnasium.se

Klimat, kön och konsumtion

nikk.no