



Den Stora Juluppdateringen

SVERIGES UNGDOMAR
OM DAGENS JULTRADITIONER

Coca-Cola

Bakgrund

Julen – en högtid till bredden fylld med gamla och nya traditioner där varje generation satt sin prägel på firandet. Men vad säger dagens unga om de etablerade jultraditioner som finns idag? För att göra julen mer inkluderande och modern kanske det är dags att se över gamla traditioner och uppdatera julen utifrån samtidens preferenser? Som julfantaster och en del av svenskt julfirande sedan 1953 tar Coca-Cola tempen på det svenska julfirandet med hjälp av nästa generations julfirare inför julen 2018.

Vilka traditioner blir kvar, vilka skrotas och vilka uppdateras när Sveriges ungdomar får bestämma? Tillsammans med Ungdomsbarometern har Coca-Cola frågat Sveriges 16-19-åringar om, och i sådana fall hur, de skulle vilja uppdatera julen. Urvalsgruppen representerar dagens ungdomar, den så kallade 'generation Z', födda kring millennieskiftet.



Källa: Den Stora Juluppdateringen 2018, en undersökning av Ungdomsbarometern på uppdrag av Coca-Cola

Innehåll

BAKGRUND

JULTRADITIONERNA UNGA VILL UPPDATERA

- Alkoholfritt tack!
- Vegetariskt julbord
- Ny julmusik
- Mindre skärmtid
- Minska julstressen
- Kompishäng
- Mer miljövänligt pynt

JULTRADITIONERNA UNGA KAN VARA UTAN

- Julhälsningar och julkort
- Jultomten

JULTRADITIONERNA UNGA VILL BEVARA

- Umgänge med familj och släkt
- Julpynt
- Julklappar
- Julgran

SAMMANFATTNING

Jultraditionerna

UNGA VILL UPPDATERA

Så många som 6 av 10 av Sveriges ungdomar upplever en eller flera jultraditioner som omoderna och i behov av förnyelse. De undersökta traditionerna är julbord, Kalle Anka på tv, julkort och andra julhälsningar, julmusik, jultomte, julklappar, julpynt, julgran, umgänge med familj och släkt och/eller julbak. 4 av 10 vill behålla alla jultraditioner som de alltid sett ut.



Alkoholritt tack!

Fler än hälften (57 procent) önskar uppdatera dryckerna på julbordet, en majoritet av dessa (47 procent) önskar en vit jul med fler alkoholfria alternativ. Det är främst tjejer som vill se alkoholfria alternativ vid julbordet, medan killarna i högre utsträckning är nöjda som det är.

47%

önskar en vit jul med fler alkoholfria drycker



Vegetariskt julbord

50 procent av svenska ungdomar som firar jul tycker att julbordet borde förnyas på ett eller annat sätt. Hela 35 procent har en önskan om att addera fler vegetariska och veganska rätter. De som driver vegotrenden är i synnerhet tjejer, så många som varannan tjej (49 procent) önskar fler vegetariska och veganska alternativ på julbordet.



35%

vill addera fler vegetariska och veganska rätter till julbordet

Ny julmusik

På den direkta frågan om, och i sådana fall hur, man skulle vilja uppdatera julmusiken svarar hela 61 procent att julmusiken bör uppdateras med nya jullåtar och/eller remixar av gamla jullåtar. Även om många skulle vilja uppdatera julmusiken är det en uppskattad tradition och i förhållande till andra jultraditioner svarar endast 14 procent att julmusiken är omodern och behov av förnyelse.

Mindre skärmtid

De flesta (41 procent) anger att de spenderar mellan två och tre timmar vid en skärm som inte är tv:n. Det finns dock en önskan om mindre skärmtid, så många som 61 procent önskar att de spenderade noll eller max en timme framför skärmen på julafton. Vidare önskar var femte förnya Kalle Anka på tv. Nästan hälften av de som vill förnya traditionen (49 procent) har angett att de hellre spelar spel med familjen än att titta på Kalle Anka.

Mindre julstress

Precis som många vuxna upplever Sveriges tonåringar stress kring jul, 6 av 10 för att vara exakt. Tjejerna är i något högre utsträckning stressade kring jul än killar (66 respektive 45 procent). En majoritet (65 procent) vill minska stressen kring jul. På frågan vad man tror skulle minska stressen svarar de flesta att man måste sänka tempot och försöka ta det lugnt (64 procent) och att man måste sänka sin ambitionsnivå kring julen (42 procent). Endast 15 procent svarar att man borde strunta i klapparna för att minska stressen. Man kan även se att fler tjejer än killar vill minska julstressen - 3 av 4 tjejer skulle vilja minska stressen kring jul, medan varannan kille svarar detsamma.

Kompishäng

Julen är i första hand en familjetradition som spenderas med familj och släkt. Nästan 56 procent av alla 16-19-åringar önskar dock att de spenderade mer tid med sina vänner under julen. Dock är det bara 7 procent som vill hänga mer med sina vänner genom sociala medier.

Mer miljövänligt julpynt



Fler än var tredje (35 procent) vill att julpyntet ska vara mer miljövänligt, ungefär lika många (34 procent) skulle även vilja ha mer julpynt hemma och/eller i offentliga miljöer. Även när det kommer till julpynt kan man se att det är tjejerna som driver hållbarhetstrenden - 43 procent tjejer vill att julpyntet ska vara mer miljövänligt medan endast var fjärde kille (25 procent) önskar detsamma.



”Byt ut Kalle Anka till något annat program för hela familjen eller spela spel med familjen istället..”

TJEJ, 18 ÅR

”Jag skulle vilja förändra traditionen att stressa med allt bara för att det alltid varit så, trots att de flesta inte ens tycker om det. Jultraditioner är inte särskilt viktiga egentligen, så alla borde välja mer fritt hur/om de firar”

ANONYM, 18 ÅR

”Om jag fick uppdatera en jultradition skulle det vara kring alkoholen på julafton. Genom att erbjuda fler alkoholfria alternativ.”

TJEJ, 17 ÅR

Jultraditionerna

UNGA KAN VARA UTAN

Vilka traditioner har blivit kvar av gammal vana och finns det någon anledning att lämna vissa traditioner bakom sig? 4 av 5 av Sveriges ungdomar skulle kunna tänka sig att stryka en eller flera jultraditioner. Den tradition som flest kan tänka sig vara utan är julkort och andra julhälsningar (42 procent), följt av jultomten (40 procent) och Kalle Anka på TV (30 procent).

Julkort & julhälsningar

Trots att 42 procent av alla ungdomar kan tänka sig att vara utan julkort och julhälsningar, både skickar och mottar majoriteten av Sveriges ungdomar julhälsningar idag. Vanligast är att man skickar julhälsningar via sociala medier som Instagram, Facebook och Snapchat, 55 procent uppger detta. Ännu fler (66 procent) uppger att de får julhälsningar via sociala medier. Endast var fjärde skickar dock julkort, desto fler (53 procent) mottar julkort själva.

Jultomten

Jultomten är en stor del av många julfirande som barn men endast hälften (55 procent) av Sveriges ungdomar har en jultomte som en del av sitt julfirande. 4 av 10 ungdomar kan tänka sig att ta bort tomten helt från sitt julfirande.



Jultraditionerna

UNGA VILL BEVARA

Vilka traditioner vill Sveriges ungdomar behålla? Den mest heliga jultraditionen för 16-19-åringar i Sverige är umgänget med släkt och familj som endast 5 procent kan tänka sig att vara utan. Efter umgänge med familj och släkt vill man allra helst behålla julpynt, julklappar och julgran.

Endast **9 %** tycker att vi ska strunta i julklapparna och skänka pengarna till välgörenhet.

Umgänge med familj och släkt

Den mest heliga jultraditionen för Sveriges ungdomar är umgänget med släkt och familj. Endast 5 procent kan tänka sig vara utan sina släktingar och familj på julafton, 43 procent önskar till och med att de spenderade mer tid med familj och vänner under jul.

Julpynt

Julpynt sätter stämningen och är något som endast 7 procent kan tänka sig att vara utan. 34 procent vill dessutom öka mängden julpynt hemma och/eller i offentliga miljöer.

Julklappar

Trots att generation Z definierar sig som en miljö- och klimatmedveten generation generellt, är få beredda att kompromissa med julklapparna. Hela 58 procent vill behålla traditionen med julklappar som den är. Klapparna är allra viktigast enligt ungdomar i Norra Mellansverige, så många som 70 procent i regionen vill behålla julklappstraditionen som den alltid sett ut.

Julgranen

Julgranen är helig - endast 9 procent kan tänka sig att slopa julgranen helt och på frågan om man skulle vilja uppdatera julgranen svarar en majoritet på 53 procent att de önskar bevara granen som den är.



Sammanfattning

Den Stora Juluppdateringen 2018 visar att det finns många jultraditioner som dagens ungdomar vill uppdatera, till och med några som de kan tänka sig att stryka helt. Samtidigt finns det några traditioner som man håller hårt. Men vad säger jultraditionerna om generation Z?

Siffrorna i Juluppdateringen 2018 återspeglar i mångt och mycket Ungdomsbarometerns kartläggning av Sveriges ungdomar i rapporten "iGen, Gen Z eller Smartphonegenerationen? - Perspektiv på dagens unga" från tidigare i år. Nedan följer några nyckelinsikter kring Sveriges ungdomar och hur de får genomslag i deras syn på dagens jultraditioner:

- Alkoholfria alternativ på julbordet är prioriterat - alkohol är på dekis om man frågar dagens ungdomar. Ett ökat hälsomedvetande, förändrade umgängesmönster och en ovilja att tappa kontrollen är anledningarna bakom.
- Vegetariskt julbord är en prioriterad fråga bland Sveriges ungdomar - generation Z är en miljömedveten generation och många definierar sig som vegetarianer och veganer.
- Många önskar uppdatera julmusiken med nya låtar och/eller remixar - inte helt oväntat att en generation som definierar sig själva som mer olika varandra än tidigare generationer önskar mer variation i en enkelspårig musikgenre som julmusik.
- Många upplever stress kring jul - den upplevda stressen skulle kunna tolkas som en effekt av den oroväckande ökningen av psykisk ohälsa hos generationen, samt att de upplever äldre generationer som stressade.
- Få är redo att kompromissa med sina julklappar - trots att miljö- och klimatfrågor står högt på deras agenda i övrigt.



The Coca-Cola logo is displayed in its classic white script font against a dark green background. The logo is surrounded by several small white stars of varying sizes, some positioned above and some below the letters, giving it a festive, holiday feel. A registered trademark symbol (®) is visible at the end of the word "Cola".



Du har precis läst Den Stora Juluppdateringen 2018, en kartläggning över generation Z:s tankar kring julen och dess traditioner. Undersökningen gjordes tillsammans med Ungdomsbarometern med över 1 000 ungdomar mellan 16–19 år från hela Sverige. Fältperiod 1–12 november 2018.

KONTAKT

FRIDA KEANE, DIRECTOR PUBLIC AFFAIRS, COMMUNICATIONS & SUSTAINABILITY
EMAIL: KEANE@COCA-COLA.COM | TEL: +46 72 147 0240

© 2018 The Coca-Cola Company. COCA-COLA is a registered trademark of The Coca-Cola Company.