

Dagens unga om ideellt engagemang

Jessica Åkerström, analyschef, expert generation och livsstil, Ungdomsbarometern

Inledning

I detta kapitel presenteras en ny undersökning av ungas tankar om och inställning till ideellt engagemang i idrotten. Studien har genomförts av Ungdomsbarometern (UB), ett analysföretag inom områden som påverkas av vad unga tycker, tänker och gör. Sedan 1991 har Ungdomsbarometern arbetat med att kartlägga attityder och beteendemönster bland svenska ungdomar.

Undersökningen har gjorts inom ramen för vår årliga stora ungdomsstudie, som passande nog heter *Ungdomsbarometern*. I denna låter vi tiotusentals unga i åldern 15–24 år från hela landet berätta om alltifrån intressen, kost- och hälsovanor, synen på utbildning och tankar om ett framtida arbetsliv, till medievanor och vad som är viktigt i deras sociala liv. Resultaten från våra studier används för att ge insikter, beslutsunderlag och strategisk rådgivning åt bland andra myndigheter, kommuner, regioner, medlems- och branschorganisationer, kommersiella företag respektive ideella organisationer.

UB har under många år kartlagt ungas engagemang, både generellt och specifikt kopplat till idrottsrörelsen. Vår senaste studie för Centrum för idrottsforskning (CIF) genomfördes 2021–2022 och handlade om coronapandemins påverkan på ungas motionsvanor.¹

Den här gången riktas blicken mot ungas ideella insatser inom idrottsrörelsen. UB:s uppdrag från CIF har varit att bistå med underlag för att bedöma hur stort det ideella engagemanget är, beskriva hur utvecklingen sett ut över tid, samt utifrån vår expertis peka på de möjligheter och utmaningar som finns för att ta tillvara ungas vilja att engagera sig.

Undersökningen baseras på *Ungdomsbarometern 2025*, där ett antal nya frågeställningar om ideellt engagemang ingår, och jämförelsedata från våra tidigare mätningar. Totalt 17 445 unga har besvarat *Ungdomsbarometern 2025*, som genomfördes mellan 3 oktober och 4 november 2024. De frågor som rör ungas engagemang

¹ Centrum för idrottsforskning (2022). *Förändringar i ungas träning under coronapandemin*.

har besvarats av 1 533 personer. Urvalet för studien är riksrepresentativt avseende kön, ålder och var i landet ungdomarna bor. Studien avgränsar sig till svenskar i åldrarna 15–24 år.

Vår studie ger ny och användbar kunskap om ungas intresse att engagera sig inom idrotten. Varför väljer vissa unga att engagera sig men inte andra? Är det viktigt med ekonomisk ersättning? Och kanske viktigast av allt: hur tänker unga om vad det egentligen innebär att engagera sig?

Vi tar oss igenom resultaten enligt följande disposition:

1. Introduktion: Om skillnaden mellan livsfas och generation, och vad som särskilt utmärker och har format dagens ungdomar i generation Z.
2. Ungas relation till engagemang: Är de engagerade? Hur påverkas viljan att engagera sig sett till de karakteristiska egenskaper just dagens unga har?
3. Ungas ideella engagemang inom idrottsrörelsen: Vilka ideella insatser gör unga, varför och i vilken omfattning? Avsnittet bygger på data särskilt insamlade på uppdrag av CIF. Det innehåller därför resultat som aldrig tidigare publicerats, till exempel om ungas inställning till ekonomisk ersättning som incitament för ideellt arbete.
4. UB:s avslutande reflektioner: Om idrottsrörelsens möjligheter och utmaningar att ta tillvara ungas engagemang, och om framtiden för en ideellt driven idrottsrörelse.

Generation Z och vad som formar dagens ungdomar

I detta introduktionsavsnitt ska vi lära känna den grupp unga som vuxit upp efter millennieskiftet och som kallas generation Z. Vad har format denna ungdomsgeneration och vad är typiskt för den? Namnet är lånat från USA och följer efter generationerna X och Y. Generation X fick sitt namn av en bok av Douglas Coupland och Y passade bra för att beskriva en ifrågasättande generation ("why"). Näst efter dessa följer alltså Z i den alfabetiska ordningen.²

Beskrivningarna i avsnittet bygger på Ungdomsbarometerns arbete i stort, men vi återkommer i våra analyser ofta till forskare som till exempel Jean M. Twenge³ och Anders Parment.⁴

² Ungdomsbarometern (2020). *Generation Z!*

³ Twenge, J. M. (2018). *iGen – Smartphonegenerationen*.

⁴ Parment, A. (2016). *90-talister som medborgare, medarbetare och konsument*.

Livsfas vs generation

Att vara ung är något alla kan relatera till. Ungdomen är en formbar tid i livet, en period som handlar om att hitta sig själv och fundera över vem man är eller vill bli. Det är en livsfas där fokus ofta ligger på vänner, skola och intressen, och där mycket kretsar kring det egna jaget. Så har det alltid varit, oavsett när man växte upp.

Men den tidsepok man är ung i spelar roll. Under denna formbara period påverkas man starkt av de förutsättningar och omständigheter som råder i samhället – hur det ser ut och utvecklas just då. Dagens unga är av en annan generation än sina föräldrar. Att umgås med vänner, lägga tid på skolan och engagera sig i fritidsaktiviteter är fortfarande centrala delar av ungdomslivet, men uttrycks på andra sätt i dag än för 20 eller bara 10 år sedan.

Också idrottsrörelsen är en del av samhället. För att ta tillvara ungas engagemang i idrotten, och förstå vad som krävs för att få in dem i rörelsen och styrelserummen, behöver vi förstå dem utifrån vilka de är i stort.

Den digitala utvecklingen

Den tekniska och digitala utvecklingen har en stark inverkan på dagens unga. Generation Z är den första generationen som vuxit upp *efter* internets och sociala medias genombrott.

Rent praktiskt innebär det att mycket av det som definierar ungdomslivet i dag finns i den digitala världen. Att umgås med vänner, uttrycka sin kreativitet, utforska sina intressen, hämta inspiration, lära sig nya saker och hålla sig uppdaterad om omvärlden – eller till och med påverka den – sker till stor del i digitala rum.

Det betyder dock inte att det fysiska rummet har förlorat sin betydelse. För dagens unga är den digitala världen bara lika naturlig som den fysiska. Det är viktigt att förstå att de för dem inte är två separata sfärer, utan snarare tätt sammanflätade.

Till detta bör vi också addera AI:s explosionsartade utveckling, vilken både skapat tillförsikt och väckt allmän oro för hur det ska påverka samhälle och arbetsmarknad.

Trygghetssökande – större fokus på utbildning och pengar

De senaste åren har många olika kriser avlöst varandra. Generation Z är uppvuxna med klimathot och coronapandemin har påverkat stora delar av deras formbara år. Dessutom har de senaste åren inneburit krig och konflikter i omvärlden, gängkriminalitet liksom ekonomiskt bistra tider, vilket påverkar oss alla – men kanske unga och deras framtid allra mest.

Uppvuxna i en omvärld som upplevs som osäker och med en dystert syn på samhällets framtid söker generation Z trygghet i högre utsträckning än 80-talisterna. Detta märks bland annat i arbetslivet, och i hur generation Z söker efter kontroll genom att vilja göra medvetna val i alltifrån antagningsprocesser, innehållsförteckningar och prisjämförelser, till klimatavtryck.

Att prestera i skolan är prioriterat för dagens unga. De senaste årens oro i omvärlden gör att de lägger stort fokus på att trygga den egna tillvaron. Det visar sig till exempel i ett stadigt växande intresse för att tjäna pengar.

Dyster och osäker bild av framtiden – familjen blir viktigare

Dagens ungdomsgeneration är den första sedan våra mätningar startade som tror att de kommer att få det sämre än sina föräldrar. Oron för samhällsutvecklingen gör att de tar tillvaron på stort allvar och uppvisar en mer ängslig, möjligen konservativ ådra. Att adressera aktuella frågor samt möta behovet av hopp och trygghet är viktigt för dem.

Familjen och den närmsta kretsen är viktigare än att träffa nya människor för unga i dag, i synnerhet för generation Z. De bor hemma längre och har en starkare relation till sina föräldrar än tidigare generationer. Familjen och den närmsta kretsen fyller de primära behoven av gemenskap och trygghet.

Mer olika varandra än någonsin

Samtidigt är skillnaderna inom dagens ungdomsgeneration större än tidigare. Att unga är en mer heterogen grupp märks i alltifrån medievana till intressen, subkulturer, språk och värderingar. Unga i dag har inte på samma sätt som tidigare gemensamma referensramar och kollektiva minnen. Generation Z är vana vid, och förväntar sig, mångfald.

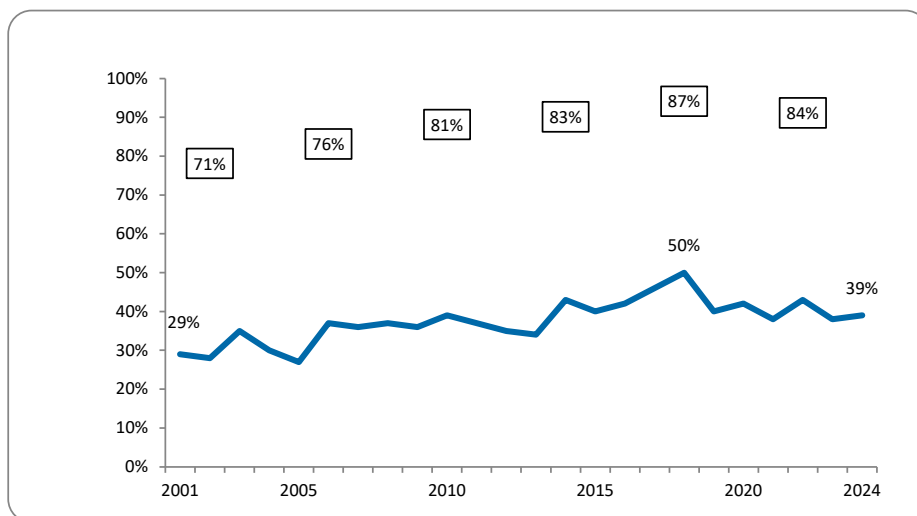
Är dagens unga intresserade av att engagera sig?

Låt oss komma in på resultaten från Ungdomsbarometerens studier. Samtliga resultat härleds från vår senaste statistik, men i flera fall även från långa tidsserier som ger en spännande inblick i hur utvecklingen sett ut över tid. Vi börjar med ungas relation till engagemang och påverkan generellt. Hur intresserade är egentligen dagens unga av att påverka och bidra i samhället?

Större intresse för samhällets utveckling än för 20 år sedan

En aspekt som talar för att dagens unga tillhör en engagerad ungdomsgeneration är det faktum att intresset för samhällsfrågor är mer utbrett än det var bland unga runt millennieskiftet. Andelen unga som 2001 uppgav att de hade ett *ganska* eller *mycket stort* intresse för politik och samhällsutveckling var 29 procent. I dag är andelen 39 procent (se figur 1). Med andra ord har andelen ökat med tio procentenheter över drygt 20 år, från en ungdomsgeneration till en annan. Det ökade samhällsintresset bekräftas även av att vi under dessa år sett ett ökat valdeltagande bland förstagångsväljare i Sverige.

Ur ett kortare perspektiv kan vi dock konstatera att ungas intresse för samhällsfrågor avtar igen. Valåret 2018 var intresset som mest utbrett, sett till den period Ungdomsbarometern studerat frågan. Sedan dess har intresset minskat.



Figur 1 Intresse av politik och samhällsutveckling 2001–2024* samt valdeltagande hos förstagångsväljare 2002–2022

Fråga: Hur stort är ditt intresse för dessa ämnen/aktiviteter: inrikes-/utrikespolitik/samhällsutveckling?

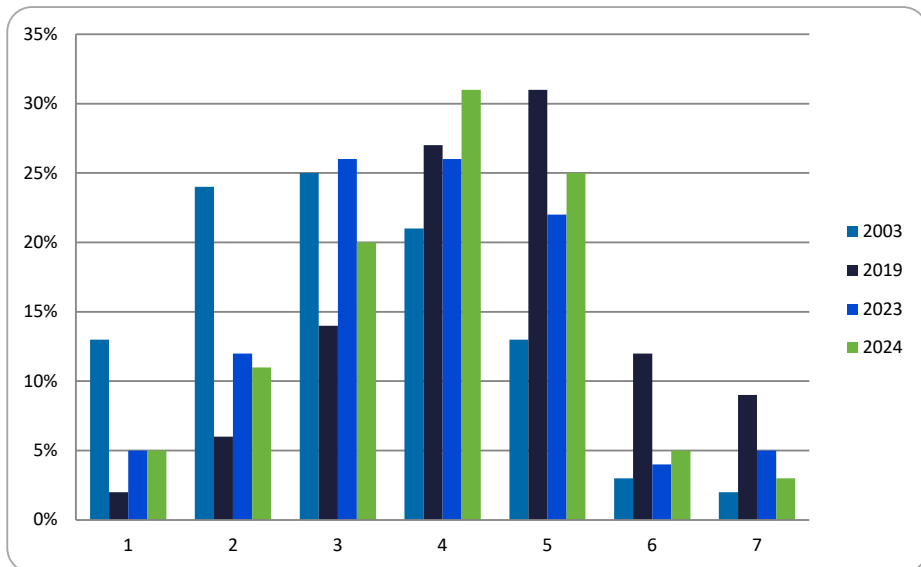
Svarsalternativ: Skala 1–5; 1 = inte alls intresserad och 5 = mycket intresserad. Svaren 4 och 5 redovisas. Antal respondenter: 1 581–19 269.

* Frågan ställdes inte 2017. För 2017 redovisas därför ett medelvärde av åren 2016 och 2018.

Källa: *Ungdomsbarometern 2001–2016* och *2018–2024* samt Statistikmyndigheten SCB

Större vilja och upplevd möjlighet att påverka ...

Även viljan och den upplevda möjligheten att påverka i samhället är större bland dagens unga jämfört med för 20 år sedan (se figur 2). En viktig anledning är den digitala utvecklingen, som gjort det lättare att både ta del av och sprida information, vilket i sin tur bidrar till att effektivt kunna samla människor kring aktuella frågor och uppmuntra till engagemang.



Figur 2 Möjligheter att påverka samhället 2003, 2019, 2023 och 2024

Fråga: Vad anser du om dina möjligheter att påverka samhället?

Svarsalternativ: Skala 1–7; 1 = inga möjligheter och 7 = stora möjligheter.

Antal respondenter: 1 370–7 686.

Källa: Ungdomsbarometern 2003, 2019, 2023 och 2024

... men frustration och osäkerhet inför framtiden

Precis som intresset för samhällets utveckling är trenden dock nedåtgående vad gäller den upplevda möjligheten att själv påverka det. Ett oroligt omvärldsläge har bidragit till att unga känner sig mer osäkra på framtiden. En tjej som upplever att samhällsutvecklingen är på väg i fel riktning uttrycker sig så här i vår senaste mätning:⁵

Stadsbudgeten är fördelad i fel sektor [sic!], gängkriminalitet går inte att stoppa, svårare för oss unga att flytta hemifrån och skaffa jobb. Arbetsmarknaden förväntar att man som 20-åring ska ha 10 års arbetserfarenhet. När man väl har en utbildning så kan man inte heller skaffa jobb.

Prioriterar att trygga den egna tillvaron

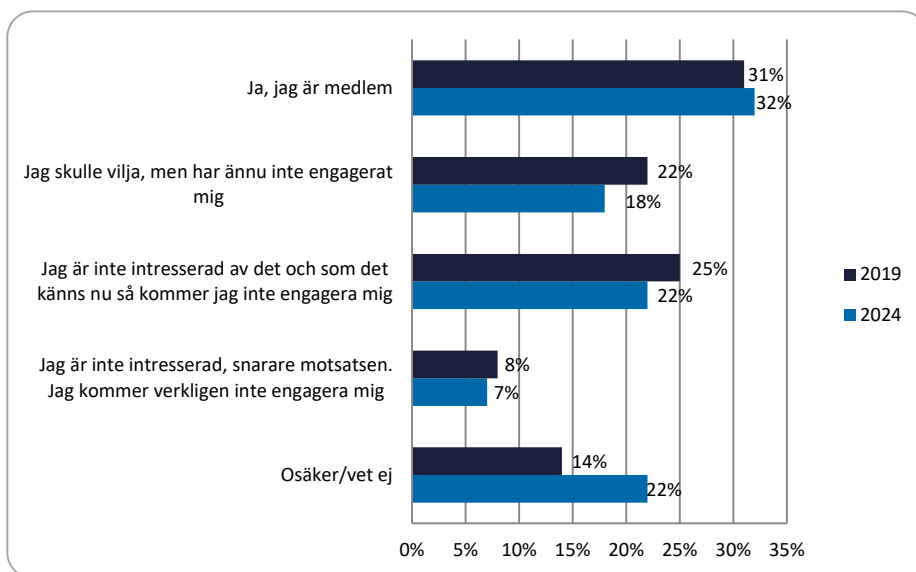
Citatet belyser en situation många unga befinner sig i. Stor frustration gör att de riktar större fokus på det som rör den egna tillvaron här och nu. Frågor som på ett sätt känns mer akuta, men också lättare att påverka än de större samhällsfrågorna. Mer konkret innebär det att politikområden som rör ekonomi, bostäder och arbetsmarknad blivit allt viktigare. Att skaffa jobb och tjäna pengar har fått stor prioritet bland unga, eftersom de är medel för att trygga tillvaron både nu och i framtiden.

Hälften av ungdomarna är eller skulle vilja vara medlem

Runt en tredjedel (32 procent) av unga i åldrarna 15–24 år uppger att de är medlemmar i någon ideell organisation eller förening 2024. Nära en femtedel (18 procent) uttrycker en sådan vilja men har ännu inte löst medlemskap i någon typ av förening eller ideell organisation. Andelen som absolut inte är intresserade av att vara medlem är 7 procent (se figur 3).

En jämförelse med 2019 visar att just dessa resultat står sig ganska stabila mellan dessa år. Det är anmärkningsvärt, eftersom vi under samma period ser en nedgång i intresset för samhällsutvecklingen och den upplevda möjligheten att påverka. Den avtagande trenden avspeglas alltså inte i andelen som uppger att de är medlemmar i ideella organisationer, eller uttrycker en öppenhet för att engagera sig som medlem.

⁵ Ungdomsbarometern (2025). *Livsstil, identitet och samhälle*.



Figur 3 Medlem i ideell organisation eller förening 2019 och 2024

Fråga: Är du medlem i någon ideell organisation eller förening?

Antal respondenter: 1 722 (2019) och 1 533 (2024).

Källa: Ungdomsbarometern 2019 och 2024

Vad betyder det att vara medlem, och vad innebär att vara engagerad?

Det kanske allra mest utmärkande och intressanta resultatet i vår nya studie är att hela 22 procent uppger sig vara osäkra på om de är medlemmar i någon ideell organisation eller förening. Det får ändå anses vara en stor andel, som dessutom ökat över tid. Bland unga råder tydligen en osäkerhet om vad det innebär att vara medlem, och vad det innebär att vara engagerad.

När vi inom ramen för våra studier undersökt ungas relation till ideellt engagemang har vi bland annat arbetat med djupintervjuer och enkäter med öppna svarsalternativ, för att på så sätt få ungas beskrivning av begreppet engagemang och vad det innebär att vara engagerad. Bilden som framträder är mångfacetterad och abstrakt. Vissa beskriver engagemang som synonymt med att vara medlem, vilket innebär att det skulle räcka med att bara betala en medlemsavgift. I andra fall målas engagemang inom en förening eller ideell organisation upp mer som något ytterst ansvarsfyllt, ofta tidskrävande och som kräver både kunskap och ett ”brinnande intresse”. En engagerad person beskrivs ofta som mer insatt och proaktiv än andra.⁶

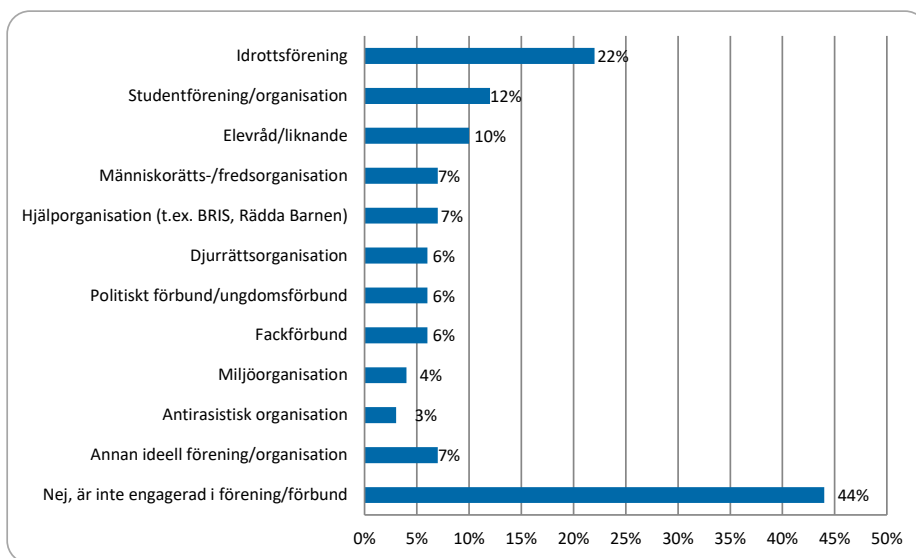
⁶ Ungdomsbarometern (2022). *Engagemang och kommunikation*.

Hur pass insatt och aktiv man är i något. Man kan ju vara insatt i något men sakna någon form av aktivitet. Är man både insatt och aktiv skulle jag vilja påstå att man är engagerad. – Kille, 22 år

Att man brinner för något eller i alla fall lägger ner sin energi på det och vill se det bästa resultatet. – Tjej, 17 år

Var femte uppger sig vara ideellt engagerad i en idrottsförening

Om vi lämnar det lite längre medlemsperspektivet och i stället ser på vår senaste fråga om unga är ideellt engagerade i någon organisation uppger drygt hälften, 56 procent, att de är engagerade i en förening, medan 44 procent säger sig inte vara det. Av de alternativ vi ställde upp var det vanligast att unga svarade ”Idrottsförening” (22 procent) (se figur 4).



Figur 4 Ideellt engagemang 2024

Fråga: Är du engagerad ideellt inom något av följande? Flervalsfråga.

Antal respondenter: 1 553.

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Centrala drivkrafter till engagemang

Personlig vinning och att få bidra

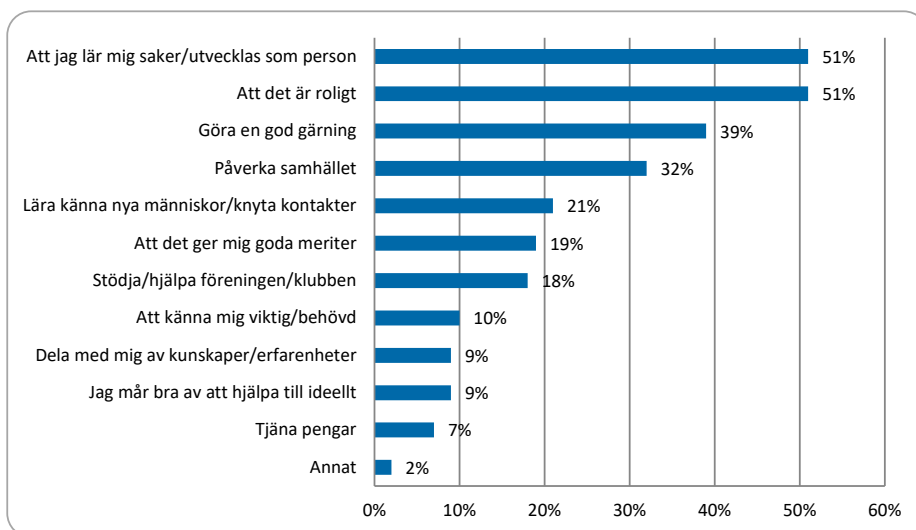
Individuella drivkrafter, som att det är roligt eller att man utvecklas på ett personligt plan, är viktiga motiv för ungas engagemang. Att göra en god gärning eller påverka samhället ligger också högt upp på listan (se figur 5). Individuella drivkrafter och det ”större syftet” är två parallella spår, som båda behöver finnas för att få unga att göra ideella insatser.

De behöver också få förutsättningarna konkret presenterade för sig. Dagens ungdomsgeneration är både medveten och trygghetsökande. Unga är vana vid att ha tillgång till information för att kunna göra medvetna val. De vill veta hur deras insatser påverkar, vilket ansvar de har och vad som krävs av dem i form av kunskap och tid.

Lustfyllt och intressedrivet

Bland de unga i studien som är ideellt engagerade, eller skulle vilja vara det, valde hälften (51 procent) svarsalternativet ”Att det är roligt”, som en av de tre viktigaste drivkrafterna för sitt engagemang (se figur 5). Att vara intresserad av något är förstås tätt sammankopplat med upplevelsen av att ha roligt. Falnar intresset blir utövandet inte lika roligt, och tvärtom – oavsett vad det gäller. Intresse som drivkraft är återkommande när vi pratar om dagens ungdomsgeneration. Det präglar i stor utsträckning ungas val av utbildning, vilka idrotter och aktiviteter de vill ägna sig åt, politiska frågor de prioriterar och identitetsbegrepp de använder. Men varför har det egna intresset blivit en så viktig drivkraft?

Samhällsutvecklingen i stort har rört sig mot det mer individualistiska, där man i stor utsträckning förväntas göra egna val. Samtidigt skapar ny teknik oändliga förutsättningar för individanpassat innehåll, där vi inte ens behöver göra en aktiv handling längre. Algoritmerna väljer åt oss – utifrån våra intressen. Det här är en logik som dagens unga är uppvuxna med och räknar med, varför det intressedrivna också spillar över i så gott som alla delar av livet.



Figur 5 Viktigt för ideellt engagemang 2024

Fråga: Vad är viktigt för dig i ditt ideella engagemang? Flervalsfråga (max tre svarsalternativ). Antal respondenter (Är eller skulle vilja vara engagerad i en ideell organisation/förening): 793. Källa: Ungdomsbarometern 2024

Ersättning som incitament

Ekonomisk ersättning hamnar långt ned på listan över drivkrafter för engagemang (se figur 5). Det är dock värt att poängtera att andelen som tycker att det är viktigt att "Tjäna pengar" ökar. Sju procent svarar att det är en av de tre viktigaste faktorerna för sitt nuvarande eller framtida engagemang. För fem år sedan (2019) var andelen bara tre procent. Ersättning är alltså inte det viktigaste för att få unga att engagera sig, men det är långtifrån oviktigt. Det här ställer så klart frågan om det ideella engagemanget på sin spets. I egentlig bemärkelse handlar ideellt arbete om att göra en insats utan ersättning, och för andra värden än individens egna syften. Vi återkommer till de reflektionerna i det sista avsnittet.

Hinder för att engagera sig

När unga resonerar kring vad som hindrar dem från att engagera sig avspeglas de drivkrafter vi tidigare berört: att arbetet ska vara kul och matcha deras intressen. Avsaknad av detta blir därför de största hindren.

Tid hårdvaluta bland dagens unga

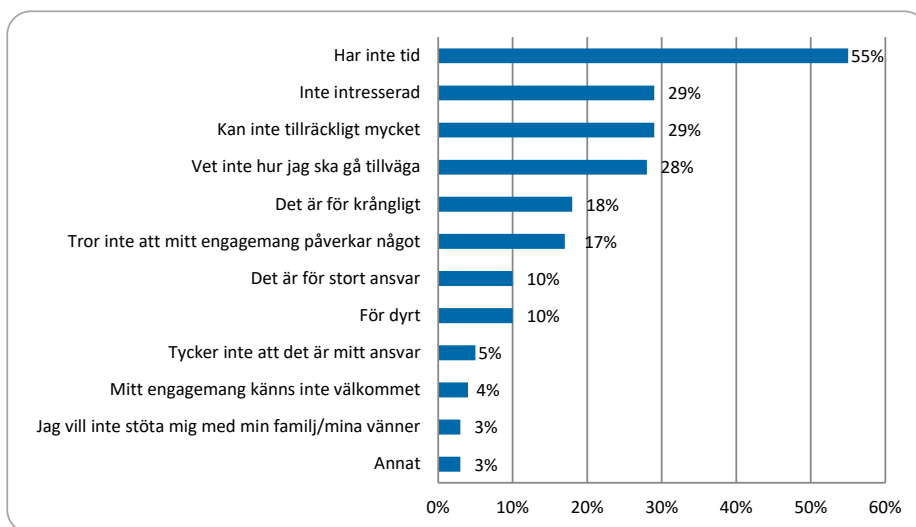
Vi lever i en era där tid är hårdvaluta, och känslan av tidspress är utbredd bland dagens unga. Det är en av de vanligaste orsakerna till att de känner sig stressade och oroad under en vanlig vecka. Många unga har också höga förväntningar på sig själva i fråga om vad de ska fylla sin tid med. De befinner sig i en livsfas som kretsar kring skola och umgänge med kompisar och familj. Deras tid fylls även med aktiviteter, såväl inom som utanför föreningslivet. Studier och att skaffa sig inkomst får också stort fokus. Sociala medier bidrar till att frekvent påminna om idealen de borde leva upp till. Skärmen är samtidigt en tidstjuv, vilket många rapporter om ungas skärmtid vittnar om. Det är något som unga också själva tar upp i Ungdomsbarometerns studier.

Att inte ha tillräckligt med tid är den vanligaste anledningen unga uppger till varför de inte engagerar sig, eller inte engagerar sig mer än de gör i dagsläget (se figur 6). De är dessutom måna om att tiden de lägger ner verkligen gör nytta, och vill känna att de själva får ut något av det.

Utbredd medvetenhetsnorm

Näst efter brist på tid och avsaknad av intresse är upplevd kunskapsbrist, eller att inte veta hur man ska gå till väga, det vanligaste hindret för engagemang. Det är alltså ett vanligare hinder än till exempel ”Tycker inte att det är mitt ansvar” eller ”Tror inte mitt engagemang påverkar något” (se figur 6).

Behovet av att ha koll är utpräglat bland dagens unga. Som tidigare nämnt talar vi ofta om generation Z som en trygghetssökande generation. Till detta hör att unga är vana vid att kunna ta del av mycket information, tillgänglig för dem när de vill. Möjligheten att kunna läsa på inför ett aktivt val är viktigt. Detta blir förstås extra betydelsefullt om de ska ta sig an något förknippat med ansvar. Om vad engagemanget ska bidra till och vad det kräver av dem inte tydliggörs, blir bristen på kunskap ett avgörande hinder för att de ska ta steget.



Figur 6 Hinder från engagemang i viktiga samhällsfrågor 2024

Fråga: Vad hindrar dig från att engagera dig (mer) i samhällsfrågor som du tycker är viktiga?
Flervalsfråga (max tre svarsalternativ).

Antal respondenter): 1 533.

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Ungas engagemang i idrottsrörelsen

Så långt har vi diskuterat mer övergripande kring ungas engagemang. I denna del vill vi fokusera explicit på ideella insatser inom idrottsrörelsen. Vi utgår från gruppen unga 15–24 år som uppger att de är eller har varit engagerade inom en idrottsförening, eller skulle vilja vara det.

Vanligast att träna yngre, stå i kiosk eller agera funktionär

Den vanligaste formen av engagemang inom idrottsrörelsen är att ha tränat yngre barn (upp till 12 år), stått i kiosk eller agerat funktionär (se tabell 1).

Intresset att träna yngre barn syns även bland dem som i dag inte engagerar sig, men som skulle kunna tänka sig att göra det. Sannolikt matchar det många ungas föreställning om vad det innebär att vara engagerad inom idrottsrörelsen. En ung person kliver såklart inte in och tänker att de direkt ska träna elitidrottare, men samtidigt blir det tydligt att de saknar en bredare bild av vilka ideella insatser man kan ägna sig åt. Det pekar återigen på behovet av tydlig kommunikation gentemot dagens unga om vad olika typer av engagemang innebär, och vad som krävs av dem i termer av kunskap och tidsanspråk.

Tabell 1 Engagemang* och vilja till engagemang** i idrottsföreningar 2024

* *Fråga:* Engagerar du dig eller har du tidigare engagerat dig i en eller flera idrottsföreningar? Flervalsfråga. Antal respondenter: 1 533.

** *Fråga:* Du svarade att du inte i dag engagerar dig eller tidigare har engagerat dig. Skulle du vilja engagera dig i något av följande? Flervalsfråga. Antal respondenter: 798.

	Engagerar sig/har engagerat sig	Vill engagera sig
Ja, tränare för barn (12 år och yngre)	17%	11%
Ja, stått i kiosken	17%	10%
Ja, funktionär (vid tävling/match/cup)	15%	4%
Ja, domare	10%	5%
Ja, tränare för ungdomar (13–20 år)	7%	3%
Ja, ledare/tränare på läger	7%	3%
Ja, lag/gruppleddare	6%	3%
Ja, tränare för blandade åldrar	4%	3%
Ja, ansvar för sociala medier/kommunikation	3%	9%
Ja, i styrelse	3%	4%
Ja, i kommitté/råd	3%	4%
Ja, tränare för vuxna	2%	2%
Ja, annat, vad?	2%	1%
Nej	52%	67%

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Osäkerhet om vad ideellt engagemang innebär

Andelen som svarat ”Annat” är väldigt liten, men spännande att belysa (se tabell 1). I fritext har de förtydligat vilken typ av engagemang de avser. Återigen får vi bekräftat att unga kan ha en diffus bild av vad det innebär att vara ideellt engagerad. Svaren är spridda och tyder på stor osäkerhet. Ett återkommande svar är att de spelar eller har spelat i ett lag och således ser det som ett sätt att vara engagerad. Någon svarade att de arbetar i ett stall, och ytterligare någon att de är röstberättigade vid årsmöte.

”Spelade fotboll i 12 år om det räknas?” – Kille 21 år

Viljan att bidra genom sociala medier belyser intresse som drivkraft

Det är värt att lyfta fram att svarsalternativet ”Ansvar för sociala medier och kommunikation” hamnar topp tre över vad unga kan tänka sig att engagera sig i inom en idrottsförening (se tabell 1). Även om andelen som svarat detta är relativt liten, ger det en tydlig indikation på att unga gärna engagerar sig genom att bidra på sätt de känner att de behärskar och är intresserade av.

I fritextsvaren under ”Annat” kan man läsa att respondenterna bland annat kan tänka sig bidra med programmering, eller hjälpa till i framtiden, då som tränare för sina egna barns lag. Svaren är få men ytterligare exempel som talar för att det är viktigt för unga att engagemanget matchar deras egna intressen, och känna sig trygga i att de faktiskt kan bidra.

Gemenskap extra viktigt för idrottsengagerade

Vi har tidigare nämnt att behovet av trygghet och gemenskap är sådant som särskilt präglar dagens ungdomsgeneration. Inom idrottsrörelsen tycks behovet av att ingå i, och bidra till, en nära gemenskap extra viktigt. På många vis tycks det som om unga inom idrottsföreningar är mer inåtriktade i sitt engagemang, snarare än att vilja göra en god gärning eller bidra till samhället i stort. Det skiljer sig från unga i organisationer som till exempel driver frågor om miljö, djurrätt eller mänskliga rättigheter, där drivkraften att påverka samhället är tydligare. Engagemanget i idrottsföreningar bygger i större utsträckning på att vilja stötta klubben/föreningen, få dela med sig av sina kunskaper och bidra till en meningsfull fritid för de aktiva (se tabell 2).

Det lustfyllda perspektivet är också väldigt tydligt bland idrottsengagerade. Att ha roligt blir kanske extra viktigt när det handlar om att ingå i och bidra till en gemenskap för att man upplåter mer av sin tid och sitt engagemang?

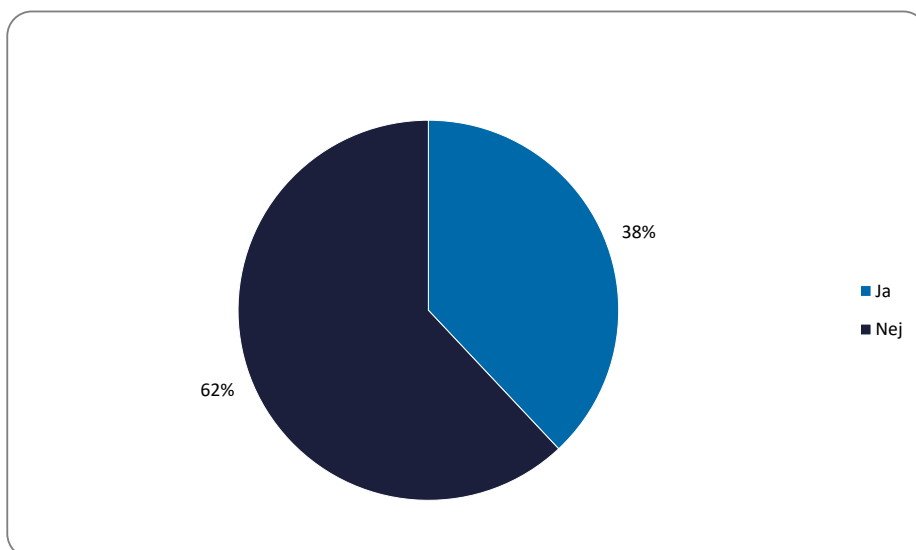
Tabell 2. Viktigt för ideellt engagemang inom idrottsförening och i övriga ideella engagemang 2024
Fråga: Vad är viktigt för dig i ditt ideella engagemang? Flervalsfråga (max tre svarsalternativ).
Antal respondenter: Idrottsförening 309 och övriga ideella engagemang 1 141.

	Idrottsförening	Övriga
Att det är roligt	61%	48%
Att jag lär mig saker/utvecklas som person	51%	51%
Göra en god gärning	33%	41%
Stödja/hjälpa föreningen/klubben	25%	16%
Lära känna nya människor/knyta kontakter	20%	21%
Påverka samhället	20%	36%
Att det ger mig goda meriter	16%	21%
Dela med mig av mina kunskaper/erfarenheter till andra	14%	7%
Tjäna pengar	10%	6%
Att känna mig viktig/behövd	9%	11%
Jag mår bra av att hjälpa till ideellt	8%	9%
Annat	3%	2%

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Många idrottsengagerade får betalt för sitt engagemang

Nära fyra av tio (38 procent) av de som någon gång engagerat sig i en idrottsförening uppger att de fått någon form av ersättning för sina insatser (se figur 7). Precis som för unga i stort hamnar ”Tjäna pengar” långt ned i listan över vad som är viktigt för de idrottsengagerade (se figur 5). Men betalning är inte oviktigt heller för dem. Var tionde svarar att det är en av de tre viktigaste faktorerna för deras vilja att engagera sig (se tabell 2).



Figur 7 Ekonomisk ersättning för engagemang 2024

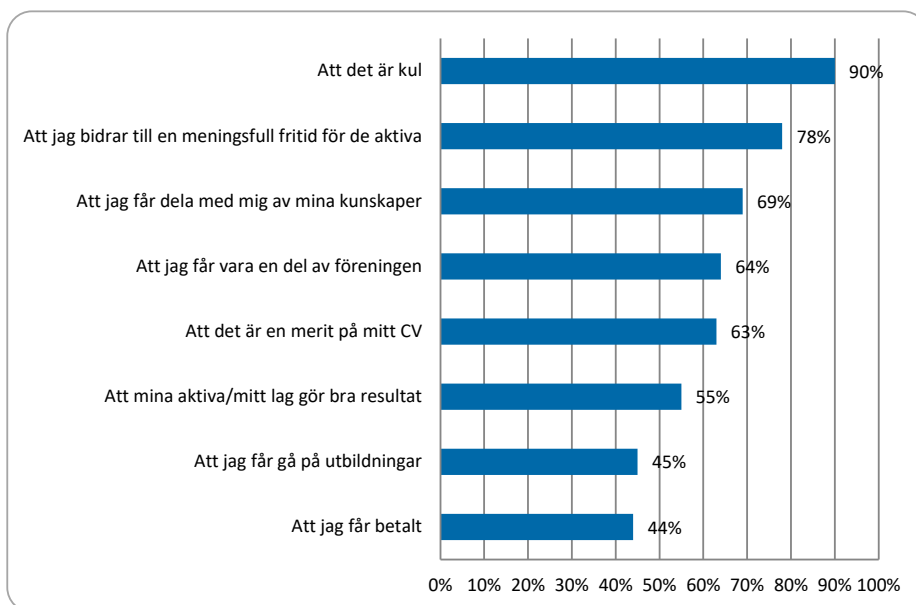
Fråga: Du svarade att du i dag engagerar dig eller tidigare har engagerat dig. Får eller fick du någon ekonomisk ersättning för ditt engagemang?

Antal respondenter (de som angett de engagerade sig eller tidigare engagerat sig i en eller flera idrottsföreningar): 735.

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Låt oss dyka djupare i frågan om ersättning som drivkraft. På frågan: Hur viktigt är betalning för att du ska engagera dig? gavs svar som bekräftar bilden av att ersättning är långtifrån oviktigt. Hela 44 procent av idrottsengagerade unga uppger att det är ganska eller mycket viktigt (se figur 8).

Det är dock värt att poängtera att betalning är den enda av de faktorer vi ställt upp som tydligast visar på två läger. En jämförelsevis stor skara tar avstånd från att det skulle vara viktigt att få betalt. Betalning som incitament är vanligast i gruppen som *skulle vilja* engagera sig, men inte gör det i dag.



Figur 8 Viktigt för engagemang i idrottsföreningar 2024

Fråga: Hur viktigt är följande för att du ska engagera dig?

Svarsalternativ: Skala 1–5; 1 = inte alls viktigt och 5 = mycket viktigt. Svaren 4 och 5 redovisas. Antal respondenter (de som angett de engagerar sig eller tidigare engagerat sig i en eller flera idrottsföreningar och de som angett att de kunde tänka sig att göra det): 1 000.

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Unga villiga att lägga mycket tid på sitt idrottsengagemang

De som är engagerade i idrottsförening är i typfallet beredda att lägga 3–4 timmar per vecka på ideella insatser (27 procent). Relativt stora grupper är beredda att spendera mer tid än så. Andelen som säger sig vara villiga att ställa upp fem timmar per vecka eller mer uppgår sammanlagt till drygt 40 procent (se figur 9). Även om vi känner oss trygga i att de allra flesta varit införstådda med vad frågan avser, kan man här givetvis reflektera kring det faktum att en hel del unga ser sig som engagerade enbart grundat i att de är aktiva som tränande eller tävlande inom en förening. Vi kan därför inte utesluta att det finns individer som inkluderat sitt eget idrottande i sina svar om hur mycket tid de är beredda att lägga på idrottsengagemang.

En mindre grupp (14 procent) svarar att de är beredda att lägga 1–2 timmar av sin tid per vecka. Ungefär en av tio svarar att de inte är intresserade av att engagera sig varje vecka, men att de kan tänka sig att göra det vid enstaka tillfällen under ett år.

Det kan till exempel vara vid specifika cuper, lägerverksamhet eller liknande tillfällen.

Resultaten visar på att det inom idrotten finns en skara som kan tänka sig att lägga relativt mycket tid på sitt engagemang, motiverade av att bidra till och få ingå i en nära gemenskap.

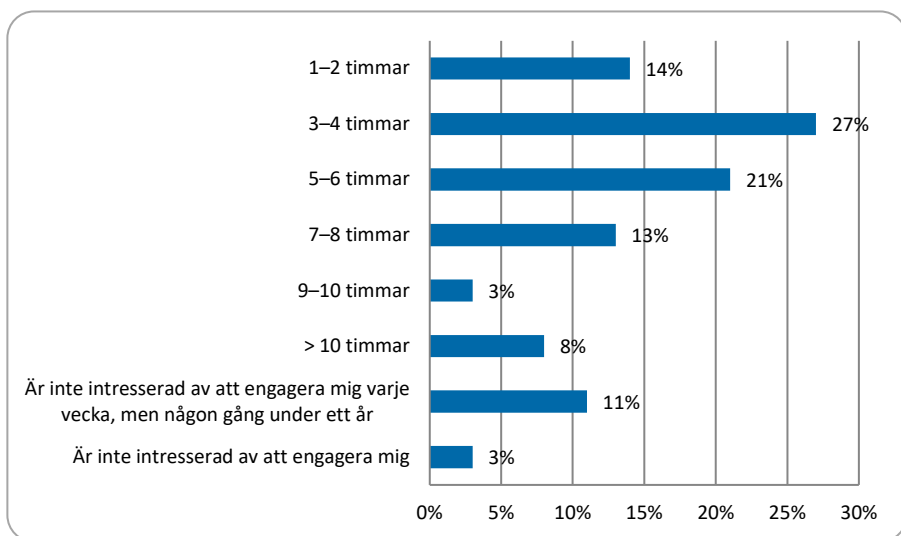
Resultaten bekräftar också vad vi ser bland unga i stort – att det är svårt att få tiden att räcka till, och att ideella insatser inom idrotten konkurrerar med många andra aktiviteter och engagemang. Av de som gör ideella insatser inom en idrottsförening har 9 procent ytterligare ett ideellt åtagande i något annat sammanhang. För dessa blir behovet av flexibilitet påtagligt – att inte behöva låsa upp sig för mycket, utan ha möjlighet att anpassa sina åtaganden efter andra aktiviteter.

Ett ytterligare perspektiv handlar förstås om den diffusa bild många unga har av vad engagemang egentligen innebär. Det är svårt att motivera unga att allokera mycket av sin tid, när de inte vet vad insatsen kräver av dem.

Utifrån ett generationsperspektiv har vi de senaste åren sett ett mer gemenskapsbaserat mönster i hur unga betar sig i de frågor de intresserar sig för, eller engagerar sig i. Unga i dag är vana vid flexibiliteten att snabbt kunna kliva in i och ut ur olika kontexter, och att kunna engagera sig i en fråga utan att ingå i en traditionell organisationsstruktur. Den digitala sfären och sociala medier har förstås bidragit mycket till detta.

Användandet av sociala medier är det tillvägagångssätt som ökat absolut mest när det gäller att uttrycka engagemang de senaste tio åren. För unga är sociala medier en del av livet och vardagen, och en given arena för att ta ställning och att påverka.

Konsekvensen blir förstås att det påverkar ungas bild av vad det innebär att vara engagerad, där ett mer flexibelt förhållningssätt är eftersträvansvärt.



Figur 9 Tid på idrottsengagemang 2024

Fråga: Hur mycket tid är du beredd att lägga på idrottsengagemang en typisk vecka?

Antal respondenter (de som angett sig vara engagerade ideellt inom idrottsförening): 309.

Källa: Ungdomsbarometern 2024

Så kan idrottsrörelsen ta tillvara ungas engagemang

Det är dags att summera, reflektera och landa i viktiga insikter om vad idrottsrörelsen behöver förhålla sig till, för att kunna ta tillvara och stärka ungas ideella engagemang. Ungdomsbarometerns studie av dagens 15–24-åringar pekar på flera utmaningar, men också värdefulla möjligheter.

- Tydliggör för unga vad ideellt engagemang egentligen är och vad det innebär

Ett av studiens starkaste resultat är den osäkerhet unga upplever kring ideellt engagemang, både som uttryck och företeelse. För vissa förknippas det med att man dyker upp och deltar i träningen som aktiv, för andra är det förbundet med ett brinnande intresse så avlägset att det inte går att relatera till. I gränslandet däremellan finns mängder av uppdrag, ansvar och roller att förhålla sig till, vars innebörder ofta är otydliga för många unga. Vad vi ber om när vi ber unga att engagera sig måste förklaras. De vill veta varför deras insats behövs, vad som konkret krävs av dem och på vilket sätt deras arbete bidrar.

- Ta tillvara ungas behov av gemenskap

Dagens ungdomsgeneration finner en stark drivkraft i det som ger dem trygghet. Det innebär bland annat att den nära familjen och gemenskapen är viktigare än att träffa nya människor. Ett resultat från studien som reflekterar detta är att unga idrottsengagerade är inåtriktade i sitt engagemang. Det vill säga att de främst vill göra en insats för, och känna tillhörighet i, den egna föreningen.

Gemenskap finns inom idrottsrörelsen. Det gäller att värna den, och att utveckla den potentialen. För att attrahera unga att engagera sig ideellt bör man sannolikt fokusera på hur deras insats kan både bidra till gemenskap och ge dem själva ett sammanhang, snarare än på hur den bygger samhället i stort. Gemenskap är helt enkelt en ingång mer förenlig med ungas förväntan och behov, kopplade till engagemang inom just idrottsrörelsen. Rent konkret kan det handla om att unga tidigt i sitt engagemang möts av insatser och individer som får dem att känna att de ingår i en gemenskap, och ett tydligt sammanhang.

- Unga behöver individuella incitament

De individuella drivkrafterna går inte bortse från om idrottsrörelsen ska lyckas ta tillvara ungas engagemang. Generation Z är en tydligt individualistisk generation, uppvuxen med att många valmöjligheter och stor individuell anpassning är en självklarhet – oavsett vad det gäller. De individuella incitamenten behöver inte vara ekonomiska, även om pengar tycks locka lite extra för dem som vill engagera sig, men ännu inte tagit steget. Det är viktigare att få möjlighet att utvecklas på ett personligt plan, och få med sig nya erfarenheter och kompetenser.

Två frågor idrottsrörelsen behöver förhålla sig till

1. Professionaliseringen av ideellt engagemang

Samhällsutvecklingen och ungas prioriteringar i livet som vi behandlat i detta kapitel leder oundvikligen till frågan om det pågår en professionalisering av ideellt engagemang. Ger våra studier av unga sådana indikationer?

Om professionalisering av ideellt engagemang innebär större tydlighet i roller, ansvar och mål linjerar det väl med de förväntningar dagens unga har på verksamheten. I en sådan kontext skulle svaret vara ja. Unga förhåller sig pragmatiskt och rationellt till sin tid, vilket skulle kunna tala för en typ av ökad professionalisering när det gäller hur unga vill engagera sig.

Men om vi med professionalisering i stället menar att värdegrunden gått förlorad, det vill säga att unga inte längre vill engagera sig för demokratiska värden, högre syften och andra än sig själv, är det en beskrivning jag inte skulle skriva under på. Däremot uttrycker de sina ändamål på andra sätt. Dagens unga känner sig inte självklart bekanta, eller bekväma, med de traditionella former av engagemang som ofta erbjuds. Även här behöver nog idrottsrörelsen se över hur den generellt kommunicerar. Är idrottens företrädare tillräckligt duktiga på att berätta för unga hur deras insatser bidrar till större värden, och lyhörda på förslag om hur engagemanget kan utvecklas för dessa syften?

2. Tid är pengar

Vår studie visar att idrottsengagerade unga generellt är ganska positiva till att få betalt. Många som engagerat sig ideellt inom idrotten har också fått ekonomisk ersättning. Här bör förtydligas att unga inte *förväntar* sig att få betalt för sitt engagemang, vilket ju väl stämmer överens med den traditionella definitionen av en ideell insats. Vi måste dock förstå att unga ser sin tid som valuta. Ur ett sådant perspektiv konkurrerar det ideella engagemanget med tiden unga lägger på andra aktiviteter i livet. Och just nu är "tjäna pengar" en aktivitet som många unga vill, eller till och med måste, prioritera.

En utmaning uppstår förstås om timmarna som läggs på det ideella blir ett hot mot möjligheten att tjäna extra pengar på andra sätt. Kan unga engagera sig för ett högre syfte och samtidigt få betalt för sin tid, är det förstås en bonus för många av dem. Detta gör att ersättning blir en viktig parameter att följa framåt. Givet att många unga redan i dag får betalt för sina "ideella" insatser, kanske det också skapas en sådan förväntan. Frågan som återstår blir då: Ska idrottsrörelsen följa eller bryta den utvecklingen?

Referenser

Centrum för idrottsforskning (2022). *Förändringar i ungas träning under coronapandemin*.

<https://centrumforidrottsforskning.se/kunskap-om-idrott/rapporter/ungdomsbarometern-forandringar-i-ungas-traning-under-coronapandemin>. (Hämtad 16 december 2024.)

Parment, A. (2016). *90-talister som medborgare, medarbetare och konsument*. Lund: Studentlitteratur.

Twenge, J. M. (2018). *iGen – Smartphonegenerationen: Hur mår de? Vad tänker de? Vad vill de?* Stockholm: Natur & Kultur.

Ungdomsbarometern (2020). *Generation Z!* Stockholm: Ungdomsbarometern. <https://info.ungdomsbarometern.se/publika-rapporter/generation-z-2020>. (Hämtad 16 december 2024.)

Ungdomsbarometern (2022). *Engagemang och kommunikation*. Stockholm: Ungdomsbarometern.

Ungdomsbarometern (2025). *Livsstil, identitet och samhälle*. Stockholm: Ungdomsbarometern.