

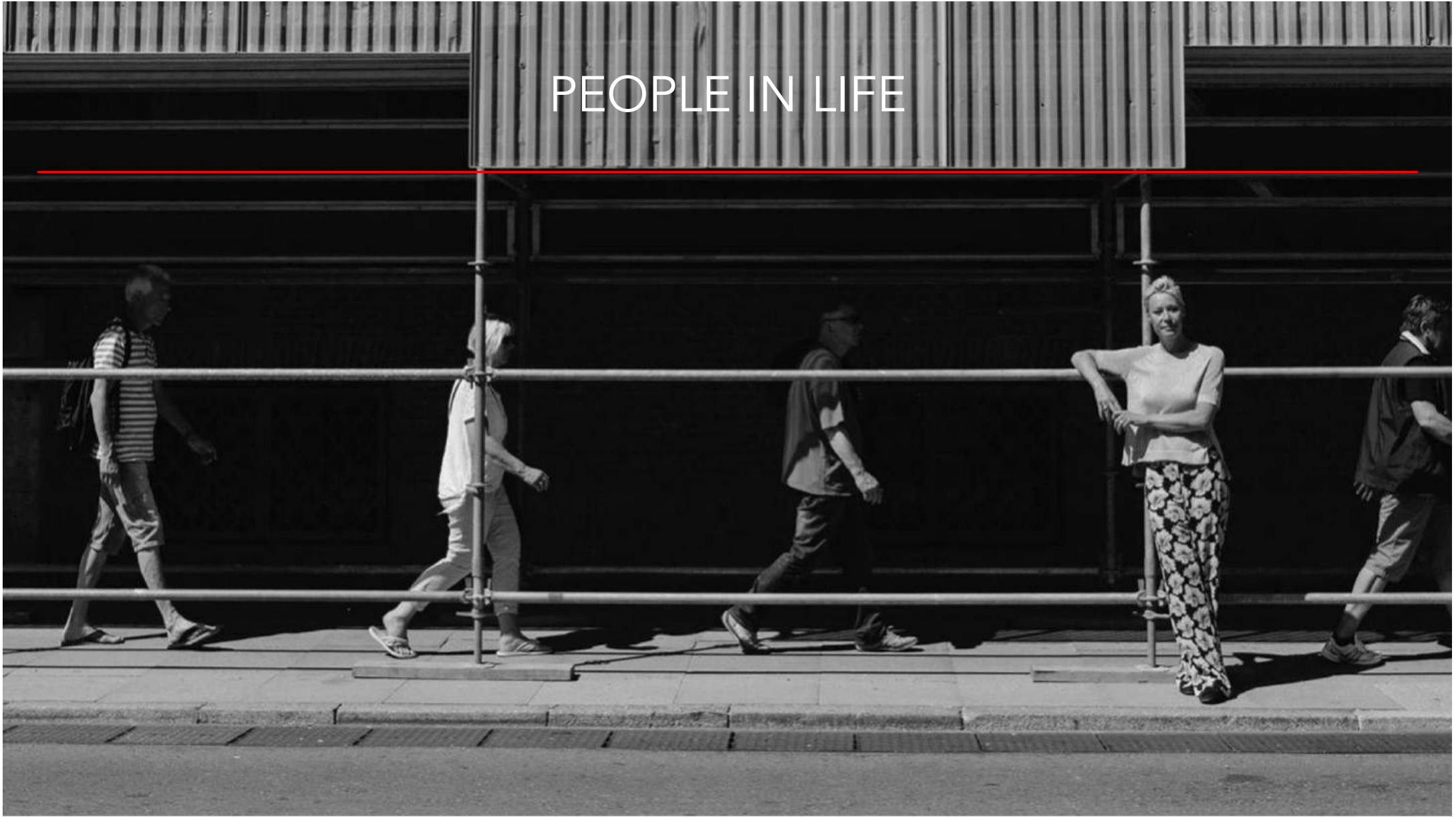
Danskernes adfærd og livsstil anno 2025

Forandringer i danskernes adfærd og behov – Hvor er danskerne på vej hen?

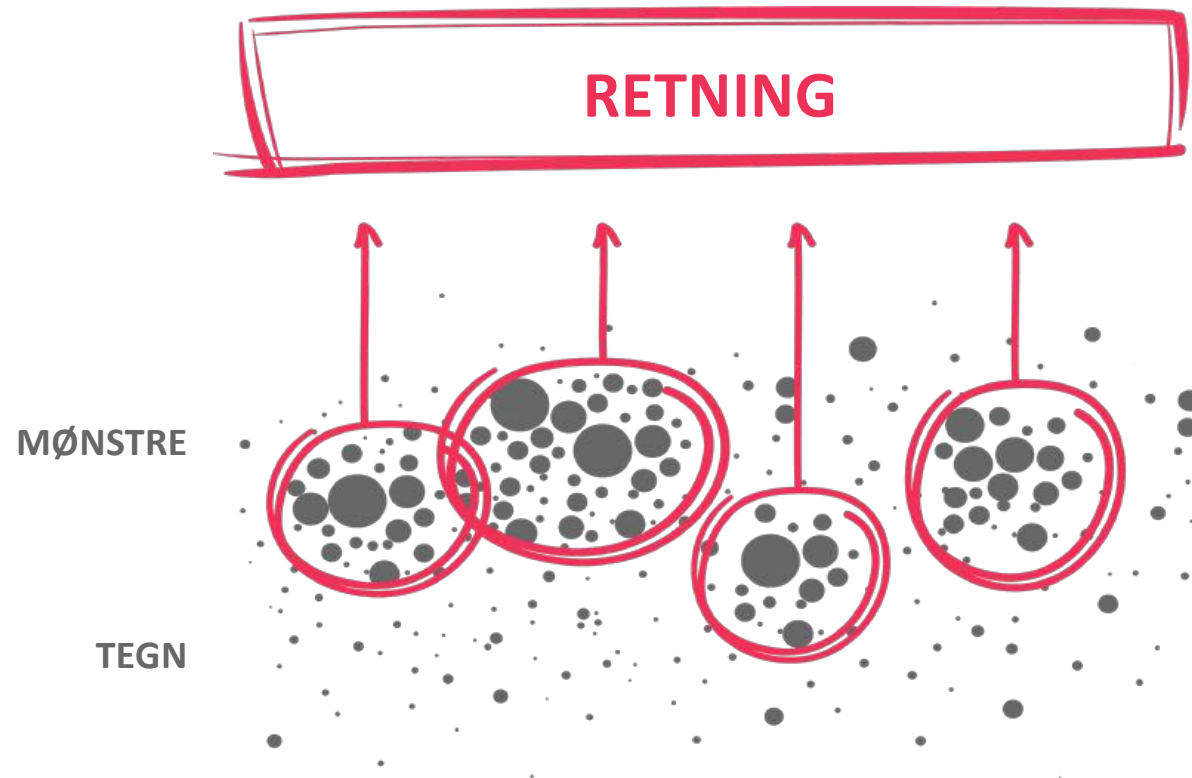
EVA STEENSIG
SOCIOLOG, SAMFUNDSANALYTIKER OG RÅDGIVER



PEOPLE IN LIFE



PATTERN-BASED FORESIGHT





MØNSTRE I ADFÆRDSÆNDRINGER BLANDT DANSKERNE: NYE BEHOV OG NY ADFÆRD

KAPOW!!

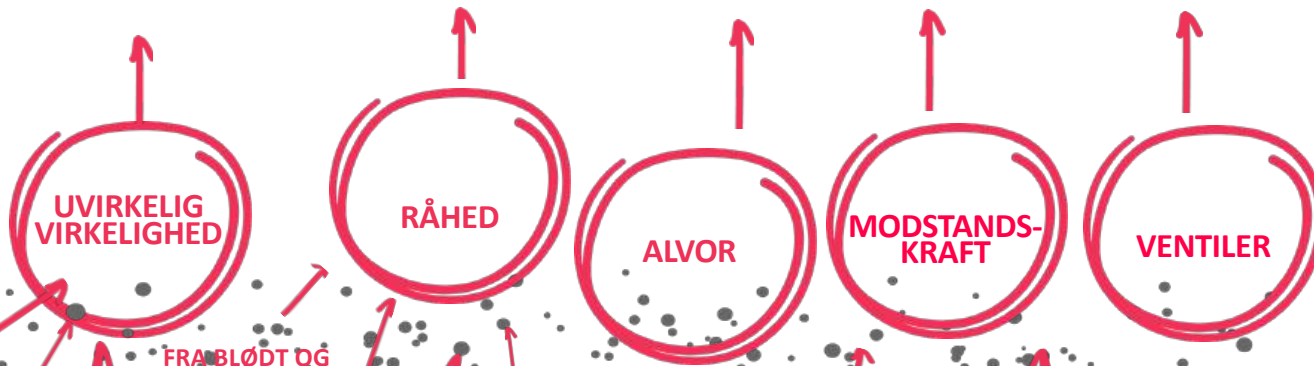


FORANDRINGER I ADFÆRD OG NYE BEHOV

RETNING

FRA BLØD TIL HÅRD:
SURVIVAL OF THE FITTEST

MØNSTRE



TEGN

SANDT OG FALSK

SOME VIRKELIGHED

FRA BLØDT OG
RØNT TIL RÅT OG
VILDT

FRA SÅRBAR TIL KYNISK

EKSTREMER I
VIRKELIGHEDEN

DOMINANS OG
MAGT

ALVORLIGE UNGE

ÆRKE-MASKULINITET

SAGLIGHED

FRA RET TIL BLIGT

VERDEN I BRAND

ROBUSTE BØRN

VÆRN OG
MODSTANDSDYGTIGHED

MENTAL
STYRKE

ØRLEVELSES
MAINSTREAM

ESKAPISME

SELV-BEHERSKELSE

NÆRE, TRYGGE,
LANGSOMME

DEN UVIRKELIGE VIRKELIGHED

SOME virkelighed



Grænseløst og ekstremt



Rammen rykker



Labelling



RÅHED

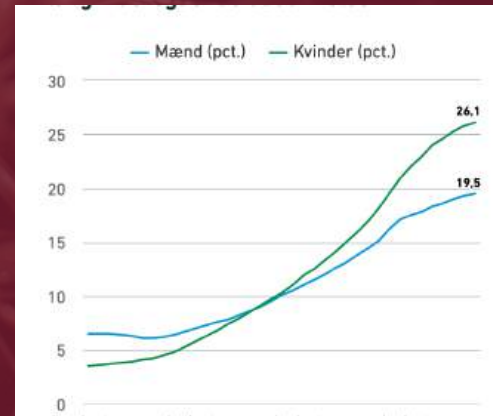
Vildt og aggressivt



Kynisme og handlekraft



Maskulinitet



Dominans og magt



ALVOR OG ANSVAR

Alvorlige unge



Saglighed



Ansvar og pligt



MODSTANDSKRAFT

Verden i brand



Selvbeherskelse



Robuste børn



Værn



VENTILER

Eskapisme



Det nære og trygge



Oplevelses mainstream



Paralleluniverser



THE END

Dødens udfordring



Eftermæle



De levende døde

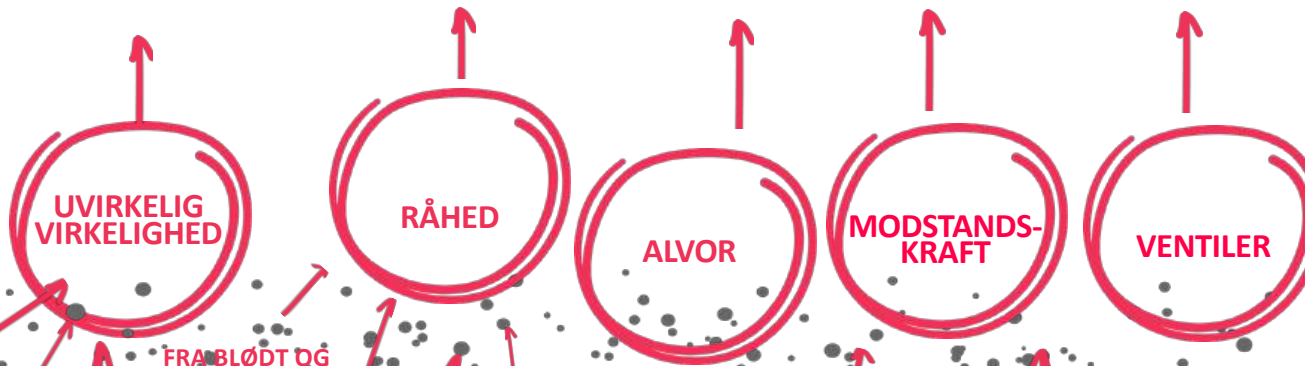


FORANDRINGER I ADFÆRD OG NYE BEHOV

RETNING

FRA BLØD TIL HÅRD:
SURVIVAL OF THE FITTEST

MØNSTRE



TEGN

SANDT OG FALSK

SOME VIRKELIGHED

FRA BLØDT OG
RØNT TIL RÅT OG
VILDT

FRA SÅRBAR TIL KYNISK

EKSTREMER I
VIRKELIGHEDEN

DOMINANS OG
MAGT

ALVORLIGE UNGE

ÆRKE-MASKULINITET

SAGLIGHED

FRA RET TIL BLIGT

VERDEN I BRAND

ROBUSTE BØRN

VÆRN OG
MODSTANDSDYGTIGHED

MENTAL
STYRKE

ØRLEVELSES
MAINSTREAM

ESKAPISME

SELV-BEHERSKELSE

NÆRE, TRYKKE,
LANGSOMME

10 MINUTTER TIL AT REFLEKTERE:

Hvad tænker I, at denne nye virkelighed betyder for jeres arbejde? For borgerne? For jeres samarbejdspartnere? For Folkekirken?

PAUSE

KONSEKVENSER OG MULIGHEDER I DEN NY ADFÆRD OG DE NYE BEHOV

GØR NOGET

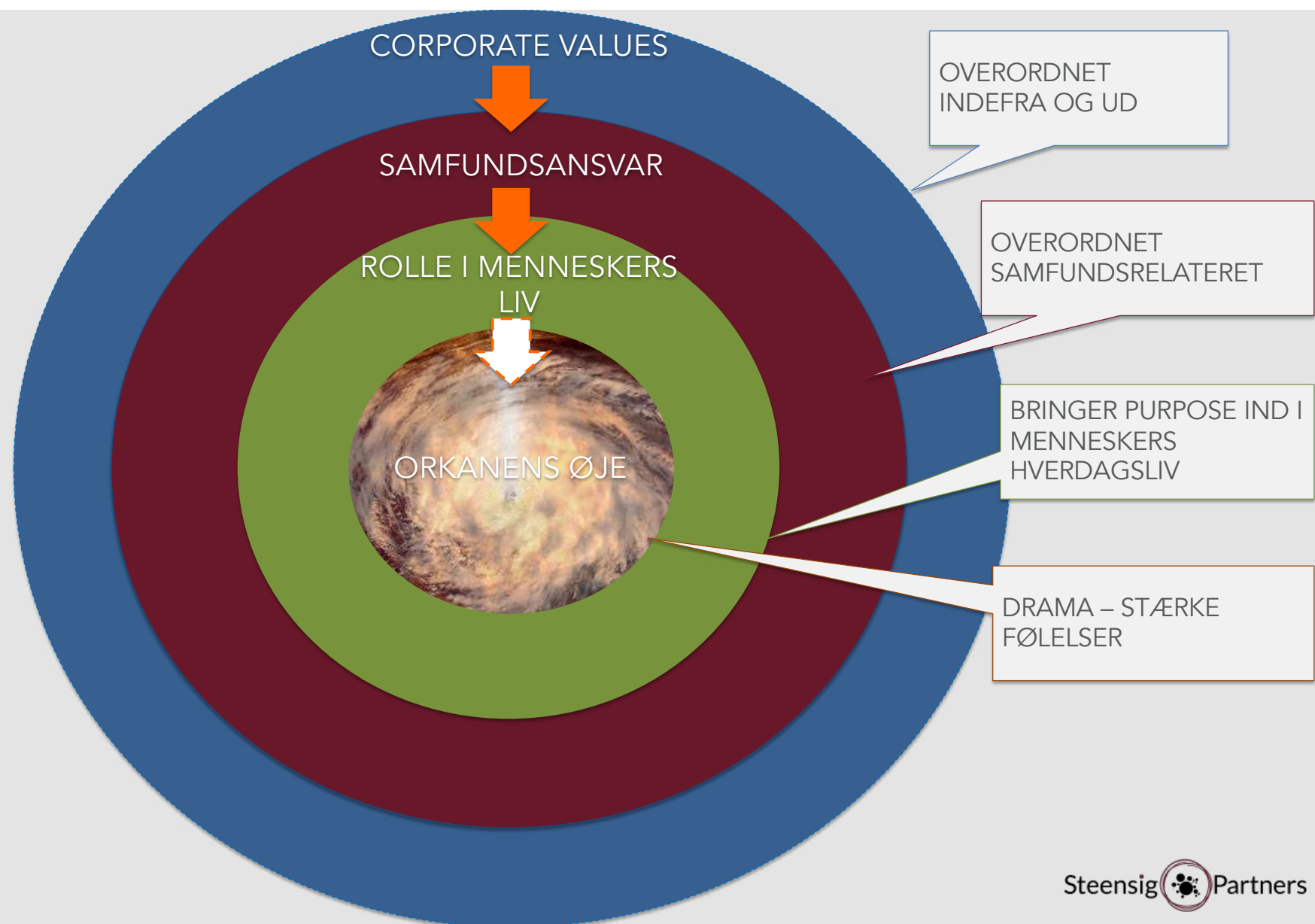
Man kan ikke længere komme afsted med at tie eller forsøge at kommunikere sig ud af enten kritik eller til respekt og troværdighed. Der skal handling til. Mange GØR noget allerede inden de er udsat for offentlig kritik og udskammelse. Det bliver i stigende grad naturligt for virksomheder og organisationer, at der følger handling med i det de siger de er. Naturligt, at de er aktive bidragsydere og medspillere i det samfund de er en del af.

Eksempler

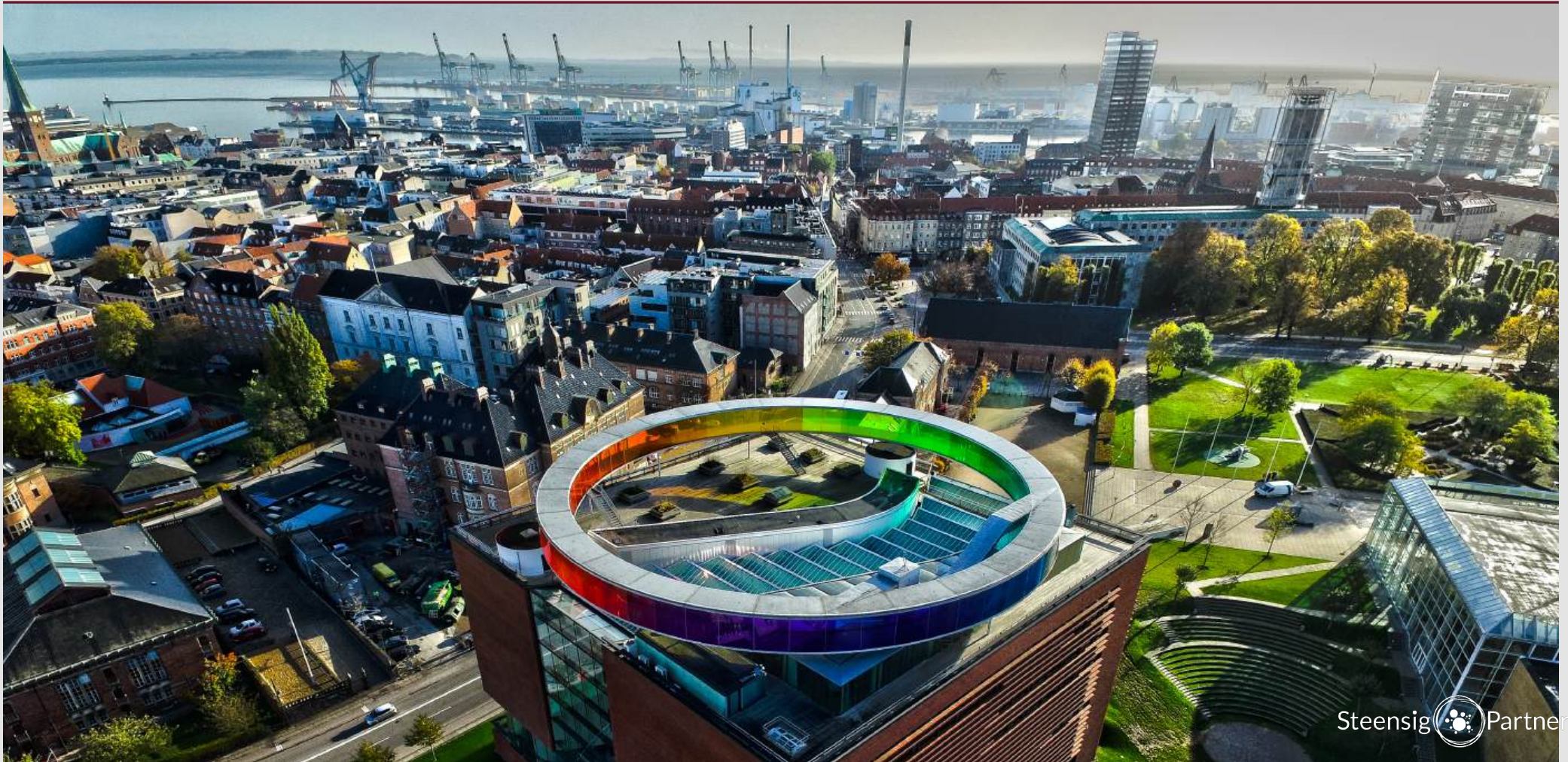
- Lush sletter profiler, fordi det går negativt udover mentalt helbred
- IKEA lader kunder overnatte under snestorm
- Kaffefirma (De Koffiejongens) beder mænd betale 14% mere for kaffe
- Fodboldklub tager affære, da 13-årig handicappet blev mobbet
- Dyreklinik kører til udsatte borgere og ser til deres dyr
- Dating app (Hinge) giver singler 1000 kr til babysitter Valentines dag
- Festivaler forholder sig til kød. Nogen fjerner det, andre beholder det
- Salling Group vil gøre sig uafhængig af russisk gas
- Dove Self Esteem Project
- Hjerteforeningen tilbyder gratis hjerteredderkursus
- Culture Box introducerer attitude code
- Tinder-ejer, Uber og flere slår igen mod ny abortlov i Texas
- 81 mio videoer fjernet fra TikTok for at overtræde guidelines
- Meyers i samarbejde med lokale landmænd for rodfrugternes position i det danske køkken
- IKEA og Aarhus kommune gør boliger klar til ukrainske flygtninge
- Velliv kæmper for mental sundhed
- Disneys "Short Circuit" fokus på urealistiske kropsidealer



Engagementet er højt og bliver til højrøstet kritik eller hyldest. Her går ingen fri uanset hvor man befinder sig i værdikæden og der skal ikke meget til at man befinder sig i orkanens øje. Her forventes det at man vedkender sig sin fejlbarlighed, lægger sig fladt ned og går til bekendelse samtidig med, at man går i reel og ærlig dialog med de utilfredse. Der er skruet op for volumen-knapperne i form af kritik og hyldest. Sandsynligheden for at komme i orkanens øje er stor, men hvis der går derind med en oprejst pande, en holdning til, hvorfor man er der og hvad man bidrager med er orkanens øje et spændende sted at være.



BORGEREN | CENTRUM



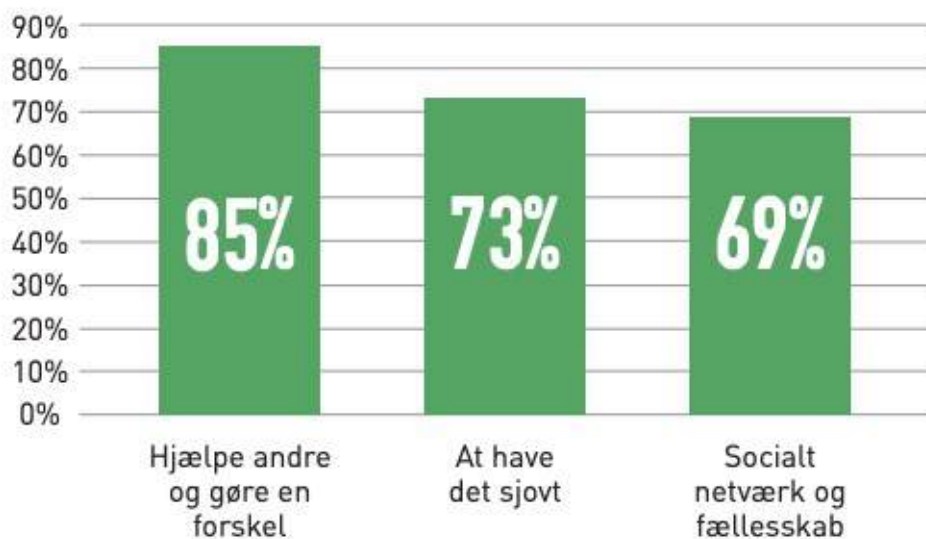
Oplevelser



GØRE EN LOKAL FORSKEL

Hvorfor er vi frivillige?

Alle har deres grunde til at være frivillig. Mange vil gerne gøre en forskel og betyde noget for andre. Engagere sig i en interesse, sag eller hobby. For langt de fleste er det også afgørende at være en del af et fællesskab.



SPECIALISING – MIX OG MATCH



TRADITIONER OG RITUALER



FYSISK RAMME = TOM SKAL



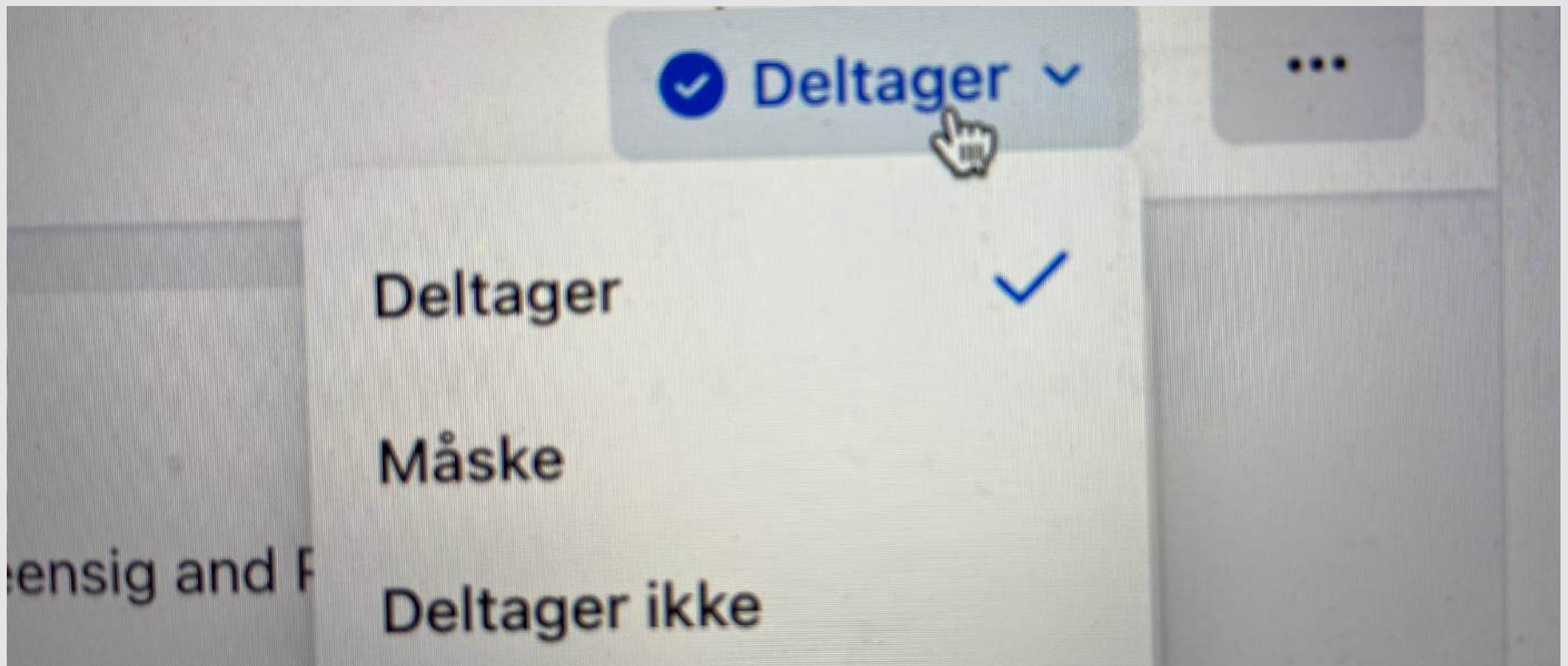
DEN DIGITAL BARRE ER FOR ALTID HÆVET



TILGÆNGELIGHED



FLYGTIGT ENGAGEMENT



CELEBRATIES



PERSONLIG OG LOKAL RELATION



MÅLRETTET ÅNDELIGHED



SJÆLESØRGER



HELLIGT RUM



Er hvor kunden er. Spiller
rolle i kundens liv og lever op
til pænten. Gør en forskel i kundens liv

STYR PÅ GRUNDLEVERANCE

TOTALOPLEVELSE

Højt digitalt serviceniveau. Helstøbte og gennemførte oplevelser der hænger sammen fra a-z. Værdioplevelse i alle kontaktpunkter. Overgå forventninger. Digitale oplevelser hænger sammen med fysiske. Oplevet værdi for tids- og pengeinvestering

GRUNDLEVERANCE

Overskuelige produktoverblik. Tydelige valg/muligheder. Ordre gennemføres nemt. Mulighed for at få besvaret spørgsmål og få rådgivning. Den rigtige vare leveres, til tiden. Ingen fejl eller defekter. Tydelige og gnidningsfri kommunikations- og reklamationsmuligheder.

NYE KOMMUNIKATIONVEJE



**Kirke betaler influencere
tusindvis af kroner for at
døbe deres børn**

MULIGHEDER FOR OG KRAV TIL SOGNE

Voksende interesse for sagsaktivisme, lokalt engagement og involvering

Hvem er i centrum i sognet? I kirken?

Flere søger efter meningsgivende aktiviteter og fællesskaber og frivilligt arbejde

Hvad laver en kirke og et menighedsråd? Folk er ikke bekendte med det eller med begreber som "evangeliets forkyndelse", "diakoni" mv.

Mangeårigt fokus på rettigheder bliver erstattet af en diskussion om sammenhæng mellem rettighed og pligt

Hvis man ikke kommunikerer er man ikke... Hvilken kommunikationsform og -platforme er det rigtige for jer?

Kend jeres sogn – I har optimale betingelser og nærhed til lokalområdet

Det har aldrig været vigtigere at kende sin rolle i menneskers liv

DANSKERNE OG FOLKEKIRKEN

Forbundne og forpligtede:
Fællesskab og ansvar/
forpligtelse har aldrig været mere relevant

Danskerne har aldrig søgt mere målrettet efter selvbeherskelse og ro

Danskerne er religions-forskrækkede, men ikke ånds-forskrækkede.

Bøn, ritualer og accessories er del af danskernes spirituelle liv

Berøringsangst med begreber risikerer at udviske, hvad man repræsenterer

Danskerne tiltrækkes af organisationer med et klart formål...

10 MINUTTER TIL AT REFLEKTERE:

Hvad tænker I, der opstår af muligheder og udfordringer for jer i den ny virkelighed ?

TAKE AWAYS

Bøn, ritualer, artefakter og accessories er stor del af danskernes åndelige liv

Hvem er i centrum i folkekirken?

Brug de kommunikationsplatforme jeres borgere bruger

Hvis danskerne ikke kommer til kirken, må kirken komme til danskerne

Berøringsangst med begreber risikerer at uhvise, hvad man repræsenterer

Kærlighedsbudskabet har aldrig været mere relevant og aktuelt

Centralt at vide, hvilken rolle I har og ikke har overfor borgerne (vælg jeres kampe)

Vigtig balance mellem at møde omverden og lefle for den. Vær tro mod jer selv!

TAK FOR OPMÆRKSOMHEDEN