



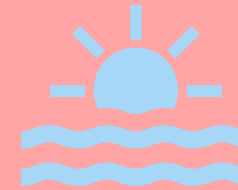
# WOMEN *of the* FUTURE





Nu står vi over for 2020'erne: De store forandrings årti. Lad os være optimister og **kalde det håbets årti**

**Bo Lidegaard,**  
*Historiker og politisk analytiker, dec. 2019*



Den genstart, der sættes i gang, vil anspore så meget energi, **optimisme og vækst**, som vi ikke har set længe. [...] Snakken om 'The new roaring twenties' har allerede været her længe, men den vil for alvor vise sig i løbet af 2022.

**Alle er klar til mere, bedre, hurtigere, nemmere, lettere, sundere, grønnere**

**Louise Byg Kongsholm,**  
*CEO Pej gruppen, feb. 2022*



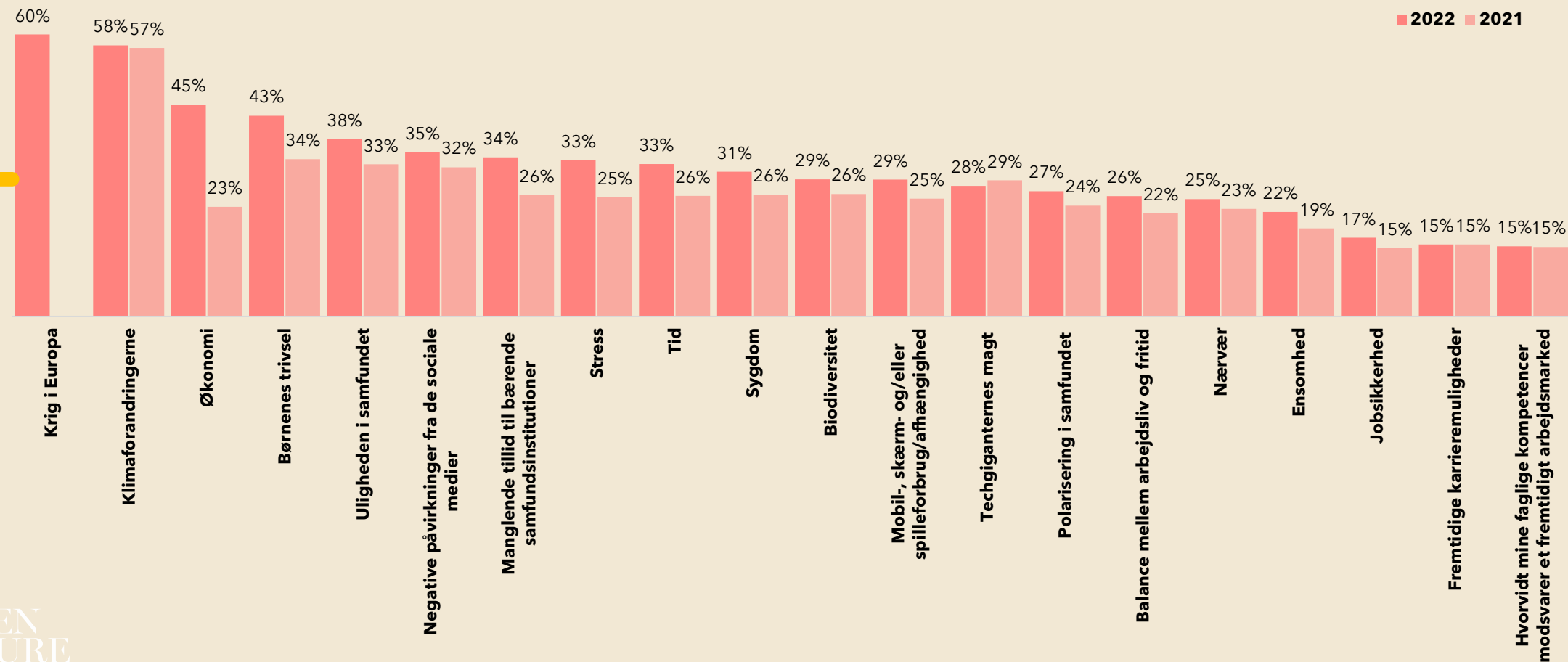
Efter en række turbulente år præget af politisk mistillid, menneskelig skrøbelighed og klimatisk massehysteri er vi i sæsonen forår/sommer 2021 igen **fulde af håb, tro på fremskridt og en opløftende indstilling til fremtiden**

**Rie Fjordsøe Rasmussen,**  
*Pej gruppen, maj 2020*

# Vi fastholdes i dystopien



# Bekymringsniveauet er steget markant



# Hvorfor er det vigtigt, når vi gerne vil ramme de danske kvinder?



**1** Vi **bekymrer os** for fremtiden - især den **nære!**



**2** **Bæredygtighed** gennemsyrrer det meste lige nu

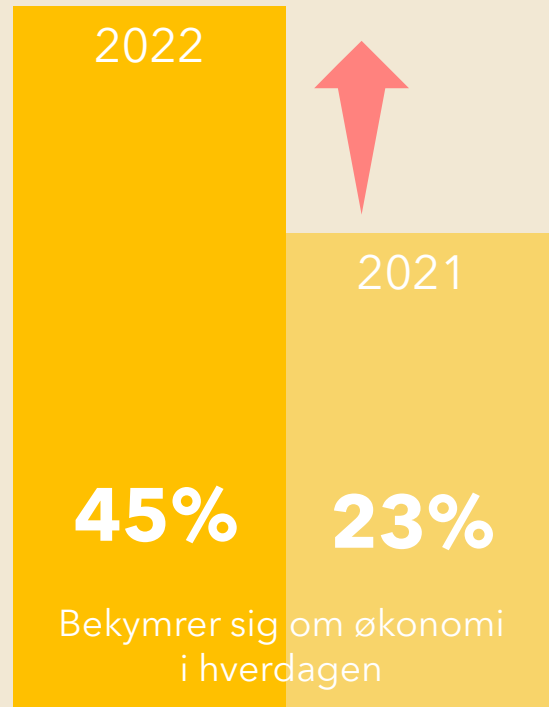


**3** **Ro og overskud** efterstræber vi **mere end nogensinde**



# Krig & inflation

# Det handler om smør på brødet og salt til ægget



## 74%

bekymrer sig for, hvilke konsekvenser inflationen og en mulig recession kan få for privatøkonomien

## ”

Vi har gas og har endnu ikke sat varme på, da prisen er enormt høj. Vi har normalvis en sund og god økonomi med luft i, men som børnefamilie er det en hård tid med priserne

*Kvinde, 33 år*

WOMEN  
of the FUTURE

# Hver en sten vendes



Kigger mere budgetvenlige alternativer. Kigger **strømpriser** i forhold til, hvornår der skal **vaskes tøj**

*Kvinde 38 år*

Spiser **mindre kød**. Køber **flere datovarer**, fryser ned og planlægger så mine måltider ud fra det, der er i fryseren.

Og så bliver der **sparet på strømmen**, fx sat vask over på spareprogrammer og på tider, hvor prisen på el er lav

*Kvinde 34 år*



Vi har aftalt kun at **gå i bad hver anden dag**. Kun at have en lampe tændt i stuen om aftenen. En kødfri dag. En grøddag.

En suppedag. I stedet for at spise det, vi har lyst til.

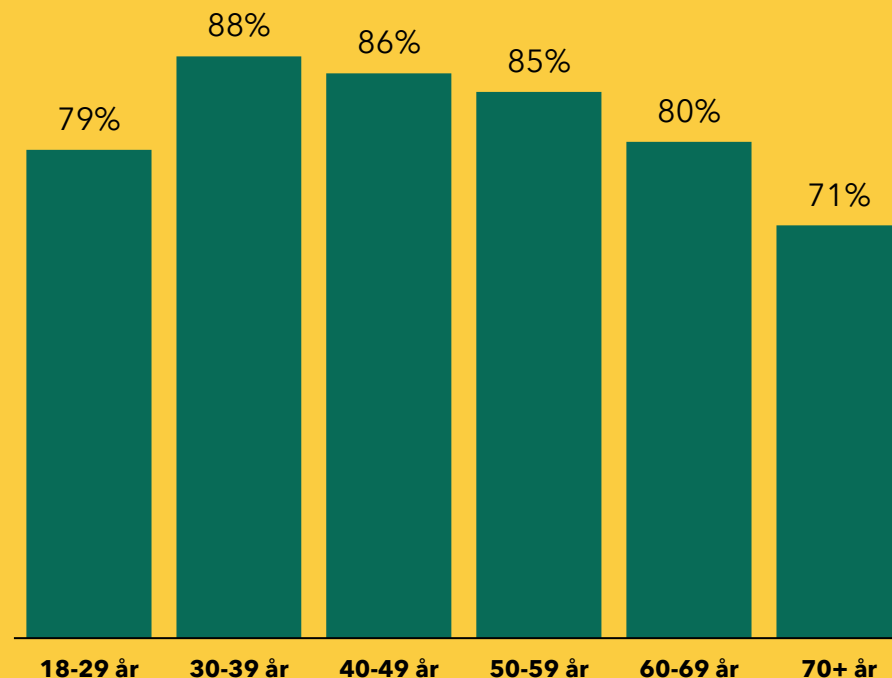
Vi har investeret i en airfryer, så vi ikke bruger ovnen så meget.

Og vi vil **sælge vores bil**.

*Kvinde 41 år*

WOMEN  
of the FUTURE

Gør sig **konkrete tanker** om, hvordan man kan **spare** på sin økonomi







**Klima**

# Klima er allestedsnærværende i bevidstheden

”

Der er total status i at have overskud til at tænke på klimaet, holde sig opdateret på verden og lave mad fra bunden, spise økologisk. I det hele taget tænke bæredygtigt

*Kvinde 34 år*

”

Klimakrisen er det vigtigste lige nu, og den drukner i inflation og krig. Jeg køber i genbrugsbutikker, færre nye ting, sorterer affald og tjekker mærker på varer/emballage

*Kvinde 62 år*

”

Jeg kan godt blive bekymret og føle håbløshed. Forsøger det bedste jeg kan for selv at træffe klimakloge beslutninger i mit liv. Affaldssorterer på fuld damp, reparerer, genbruger og køber brugt mere end tidligere.

*Kvinde, 38 år*

# 61%

er meget opmærksomme på at ændre sine rutiner for at mindske klimaaftryk

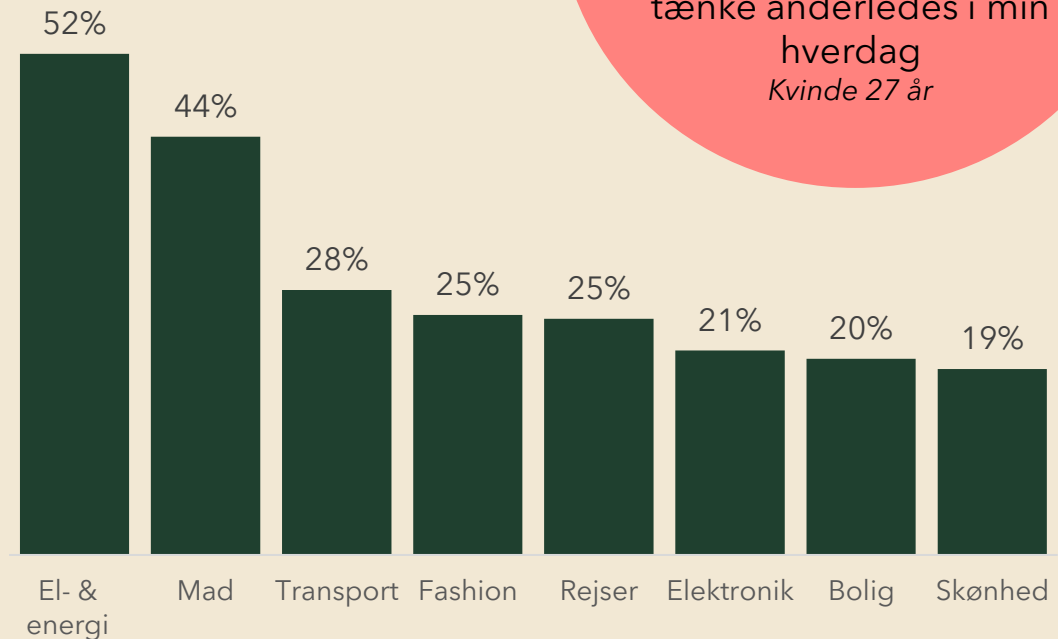
# Immateralisme; den skamfulde forbruger



# 29%

føler **dårlig samvittighed**, når deres adfærd ikke efterlever egne idealer ift. bæredygtig livsstil

Kategorier, hvor **adfærden vurderes mere bæredygtig**

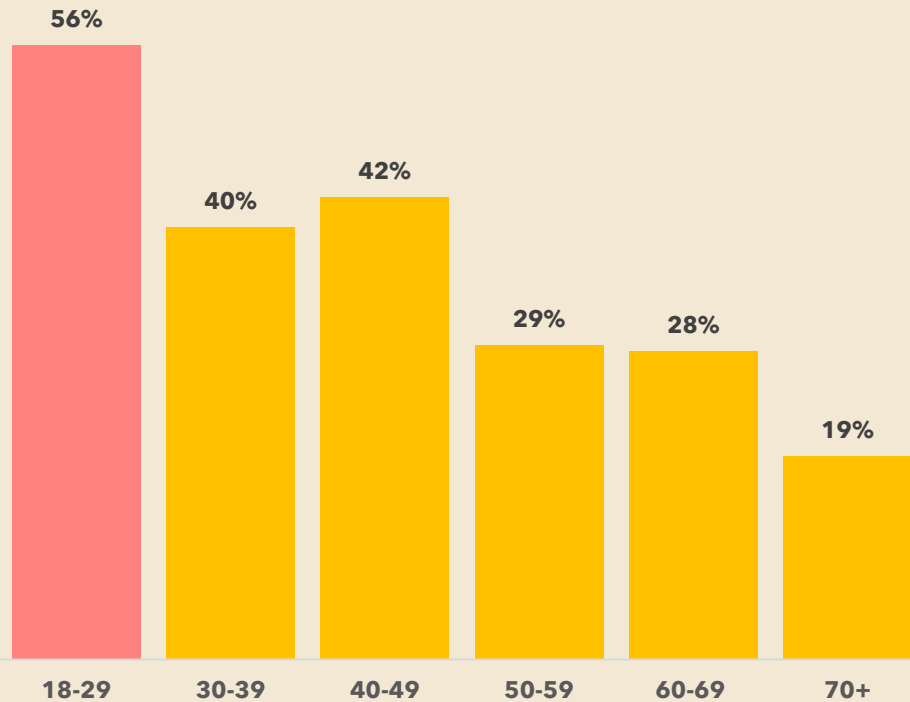


”

Jeg synes, denne nye klimabevidsthed er fantastisk. Elsker det. Det udfordrer mig og mine gastronomiske evner og "tvinger" mig til at tænke anderledes i min hverdag  
Kvinde 27 år

# Hjælp til de rådvilde forbrugere er big business

Burde leve **mere bæredygtigt**, men det er **svært** at holde fast i **gode rutiner**



# Med på moden?

Uenig



Enig

41%

føler dårlig samvittighed,  
når de køber tøj, som  
de ved ikke er produceret  
bæredygtigt

22%



# Eller pas på kloden?



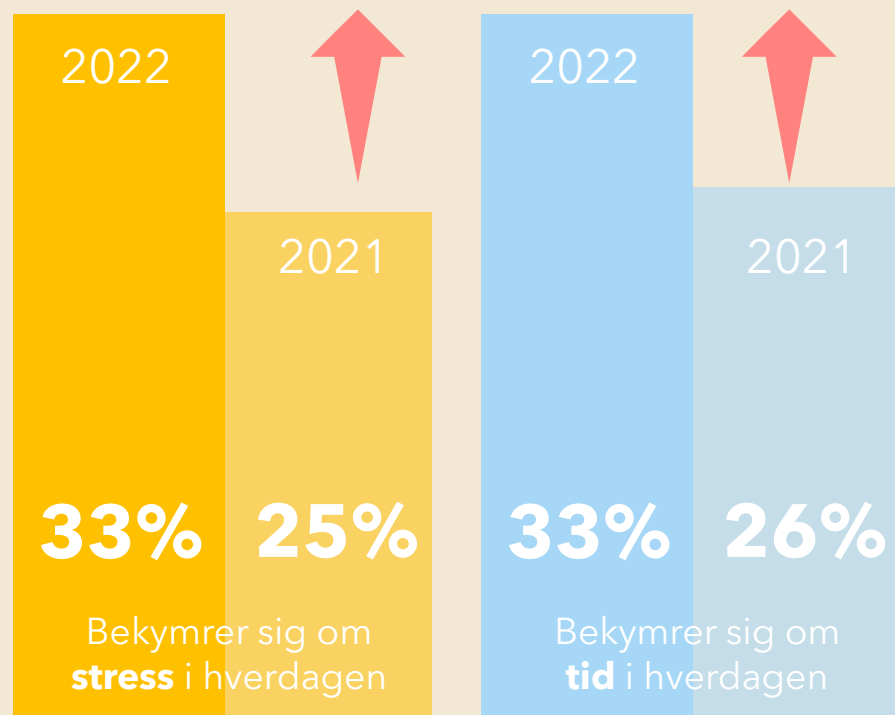


**Klima**



**Tid & stress**

# Fear of normal



”

Tid, ro og overskud er for mig de ultimative statussymboler

*Kvinde 35 år*

36%

blandt kvinder  
**18-49 år**

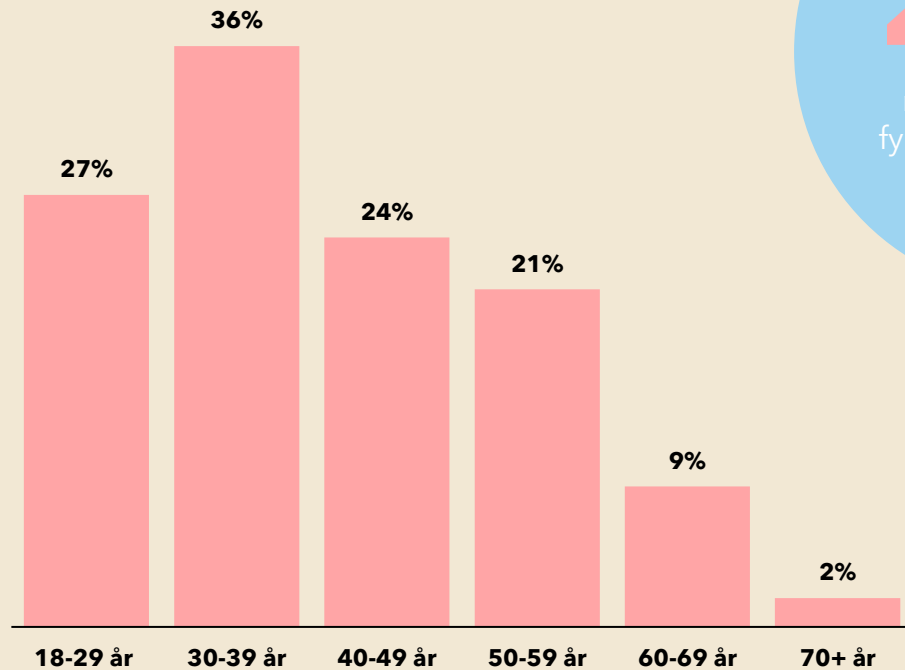
26%

Føler trang til at ændre sit liv radikalt



# #greatresignation #quietquitting

Føler trang til at **sigte sit job** op og sammensætte sit arbejdsliv på en **ny måde**



## 25%

mener, at arbejdet fylder mindre mentalt end tidligere

## 20%

oplever en større mental distance i relation til sit arbejdsliv

”

Jeg synes, der bliver set op til dem, der **prioriterer tid** til ting **uden for arbejdslivet** lige nu

*Kvinde 45 år*

Lige nu synes jeg, der er stor stolthed og status i at kunne gå tidligt på **selvbetalt pension**

*Kvinde 58 år*

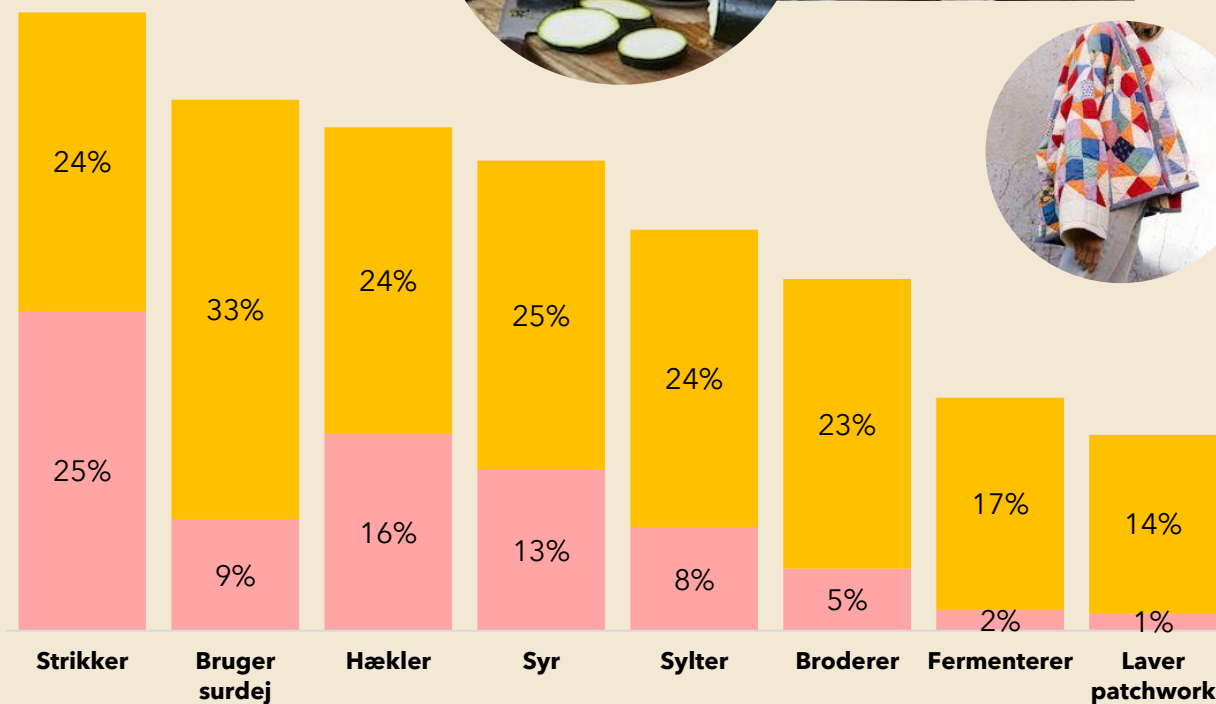
WOMEN  
of the FUTURE



# #mormorcore

# 36%

Føler sig tiltrukket af **'slow-living'** bølgen, men synes, det er svært at efterleve



# Forny uden at forbruge og belaste



55%

inspireres af upcycling, mindre byggeprojekter, hjemmelavede puder m.m.

# Fra jord til bord

48%

Dyrker eller inspireres af **outdoorliv**

36%

Dyrker eller inspireres af **sankning**

25%

Inspireres af **vilde haver**



30%

Inspireres af tanken om at dyrke maden fra jord til bord



# En usikker verden understøtter ...

Genbrug og  
upcycling

Økonomisk  
tilbageholdenhed

Hjemmelavet

Mindre forbrug for  
klimaets bedste

Slowliving

Hjemmedyrket og  
økologisk

**... men skaber også grobund for noget andet**

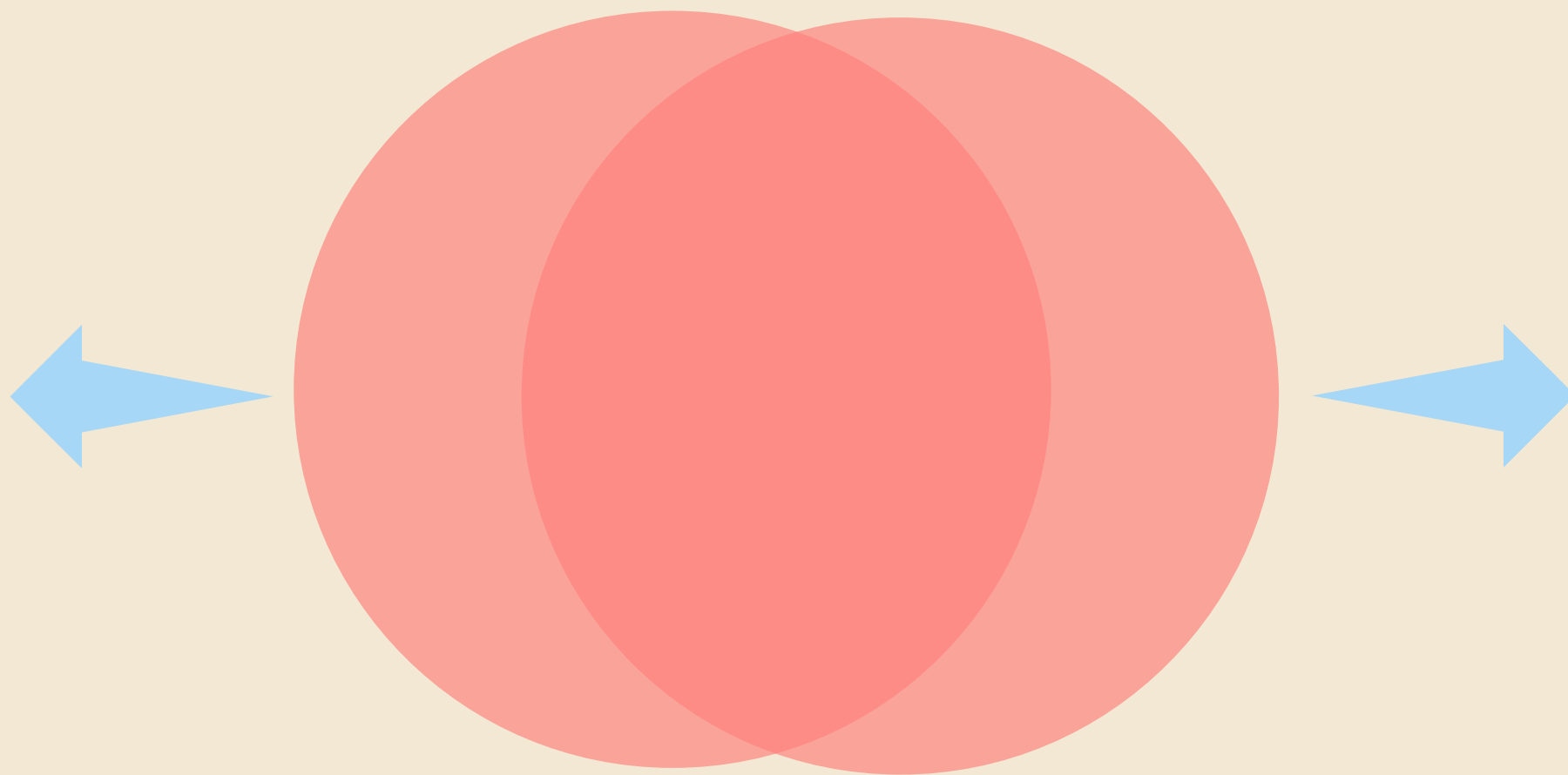
”

For mig er højstatus i den tid vi lever i **perfektion** - det perfekte ydre, den perfekte livsstil, det perfekte **moralsæt**, de perfekte **børn**, og helst i **hjemmestrikkede** trøjer.

Derudover skal alt og alle være **bæredygtige**, **kvalitetsbevidste**, **ligestillingsorienterede** og i tillæg moralske vogtere over for alle andre

*Kvinde, 33 år*

# Dystopien skaber grobund for polarisering



# Teknologiangst

39%

har ikke tillid til de store tech-aktører

27%

mener, metaversets fremkomst er skræmmende



”

De skal holdes i ørene. Jeg er **altid skeptisk** og forsøger at undersøge tingene. Men ellers er jeg meget glad for deres produkter.

*Kvinde, 63 år*

Jeg synes ikke, tech-giganterne **lever op til deres ansvar** ift. sikkerhed, klima, menneskerettigheder, etik osv. osv.

*Kvinde, 29 år*

Jeg synes, det er **ubehageligt, hvor meget data** de indsamler om folk. De er **griske** og tænker ikke på forbrugerne. Det er alt sammen fokuseret på at sælge folk mere og mere

*Kvinde, 27 år*



# Skærm-skam



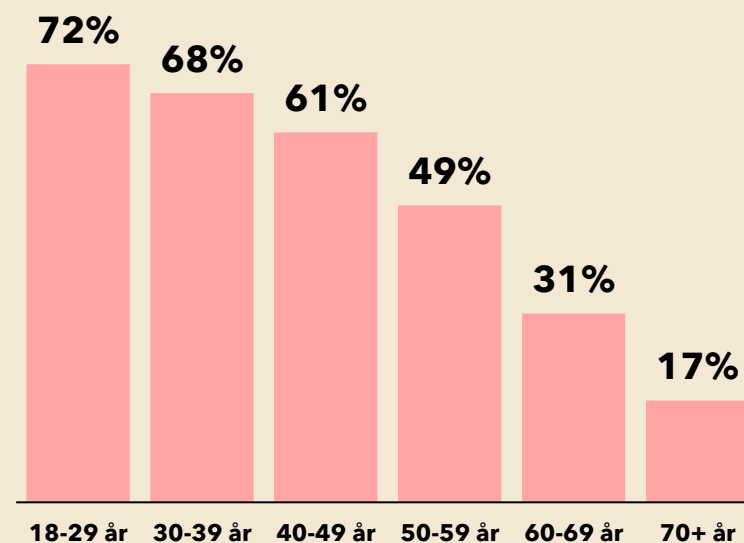
”

Det er skræmmende, hvor meget de kan tryllebinde en til skærmen. Man kigger på skærmen og blink, så er der gået en time. Jeg er nervøs for, hvad informationer, de samler og gemmer om mig.

*Kvinde 40 år*

# 49%

føler, de bruger for meget tid på mobiltelefonen



# Polariseringen handler også om tempo og ...



tese

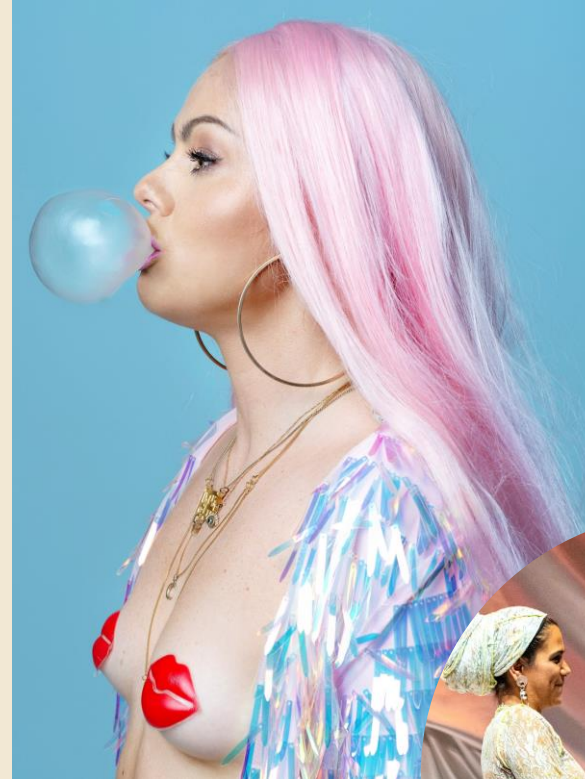


**anti-tese**

# Woke-lash?

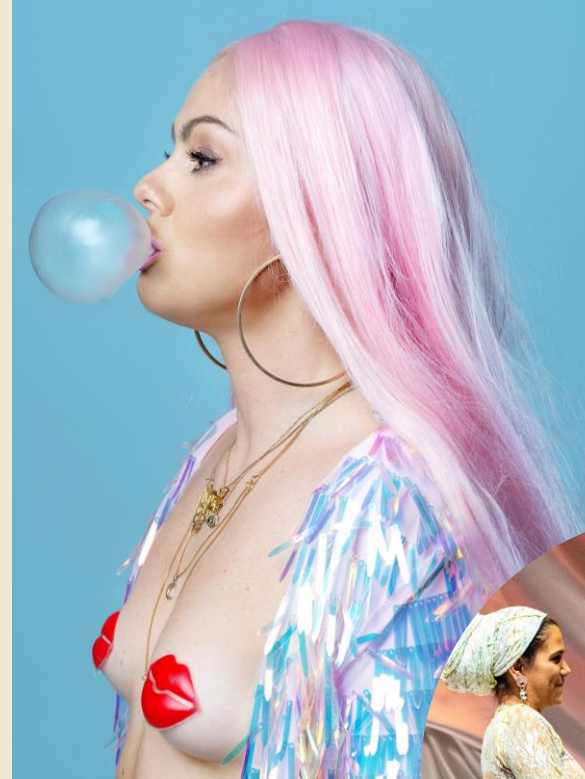
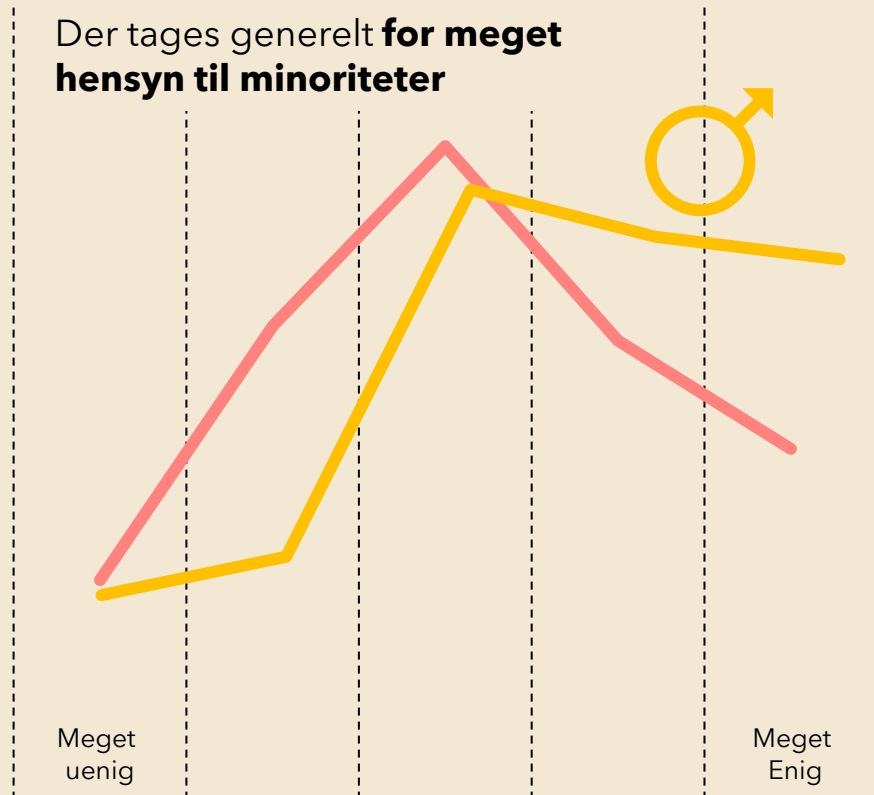
# 36%

mener, der generelt tages for  
meget hensyn til minoriteter



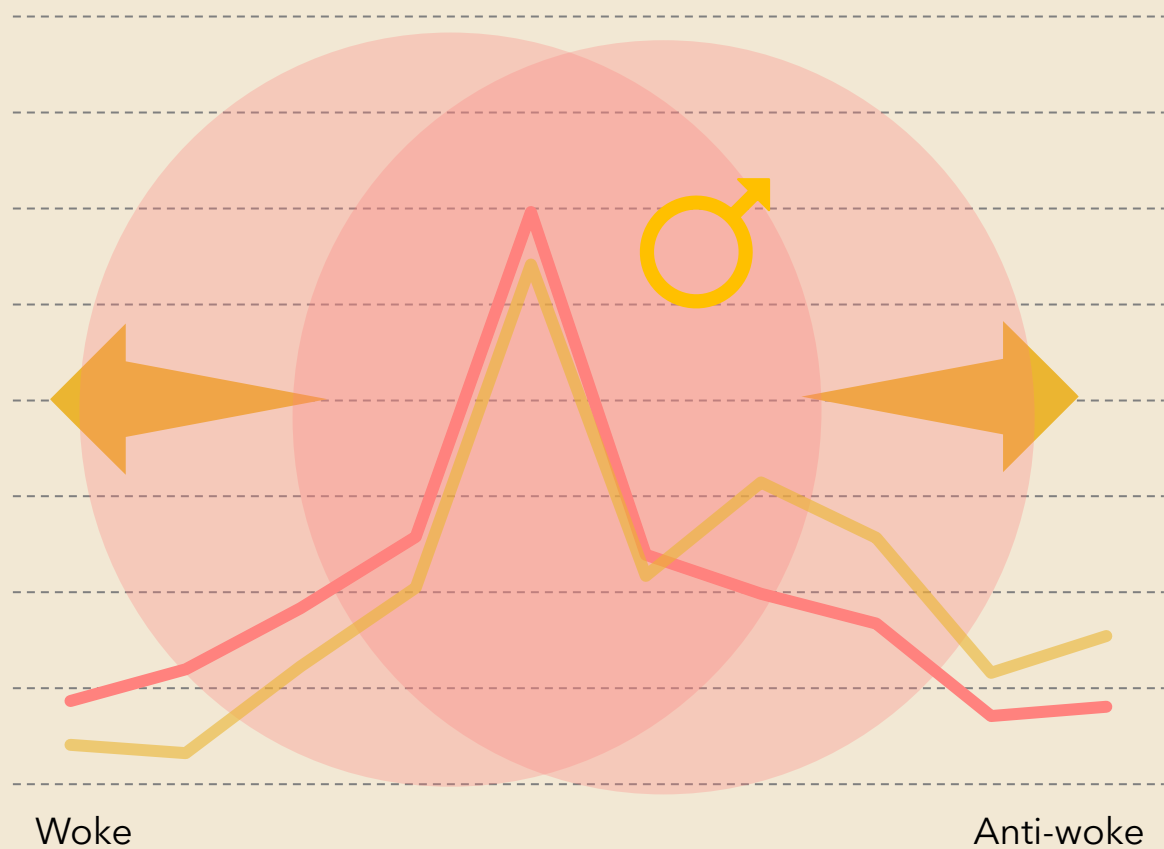
# Woke-lash?

Der tages generelt **for meget hensyn til minoriteter**



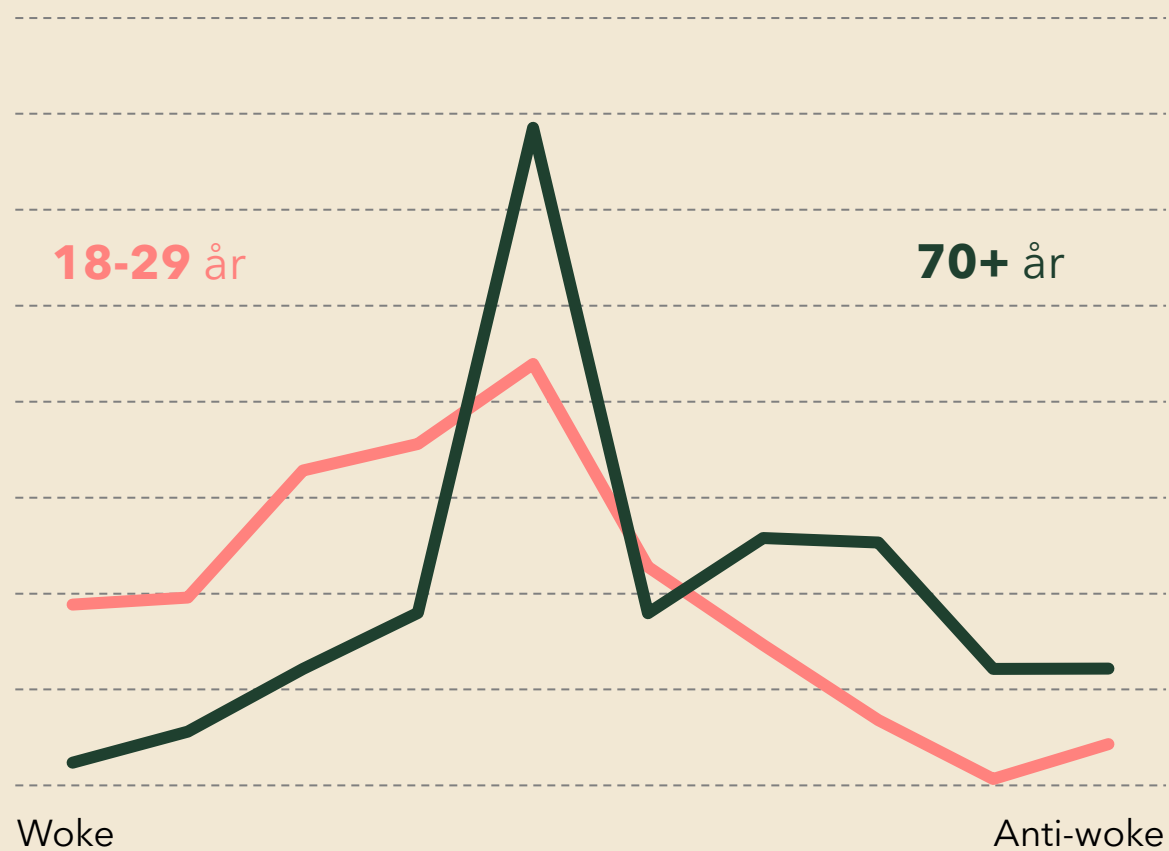
# Woke eller anti-woke?

Selvurderet **sympati/præference**



# Woke eller anti-woke?

Selvurderet **sympati/præference**



# Female gaze...



Den feministiske bølge fylder ikke noget særligt i min hverdag. Jeg er dog glad for, at der er kommet mere opmærksomhed på de uligheder, der fortsat er imellem kønnene i vores samfund

*Kvinde 56 år*



# 38%

mener ikke, vi kan tale for meget om, hvordan skæve magtstrukturer skaber ulighed for kvinder



Godt med fokus, men ved ikke, om det mest foregår i medierne og ikke i virkeligheden

*Kvinde 37 år*

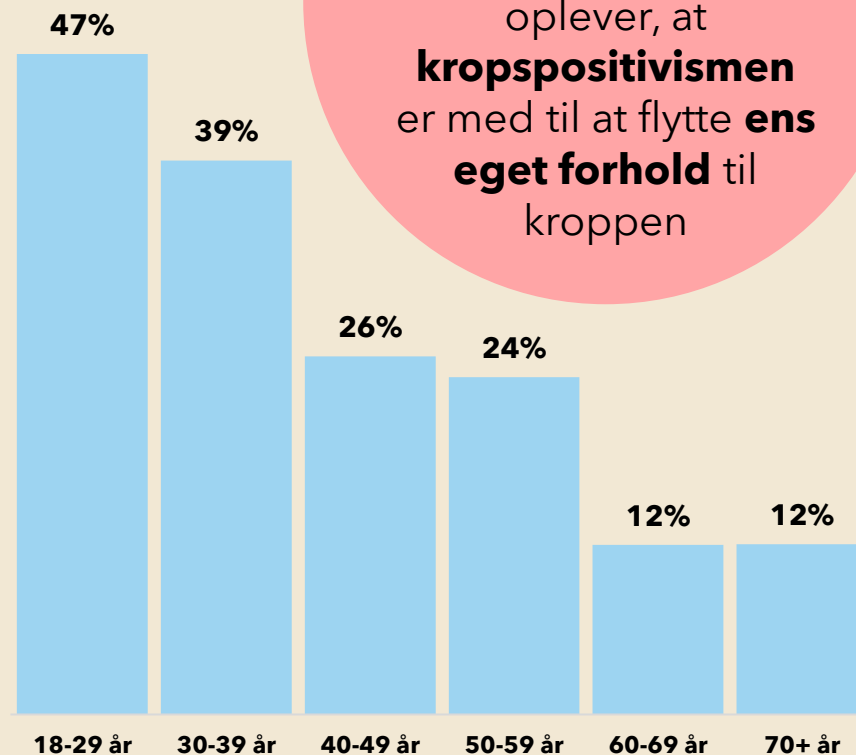
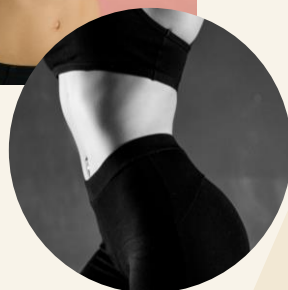
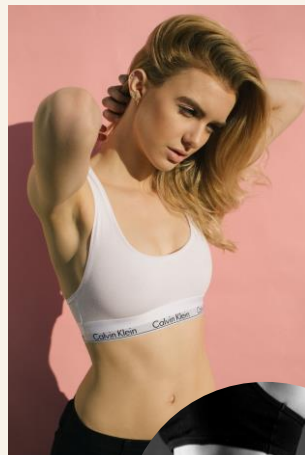
# 58%

mener, ligestilling er vigtig, men oplever, at tonen blandt feministerne er blevet for radikal

# The perfect body

# 64%

oplever et stort fokus på den 'perfekte' og veltrænede krop i mode- og mediebildet

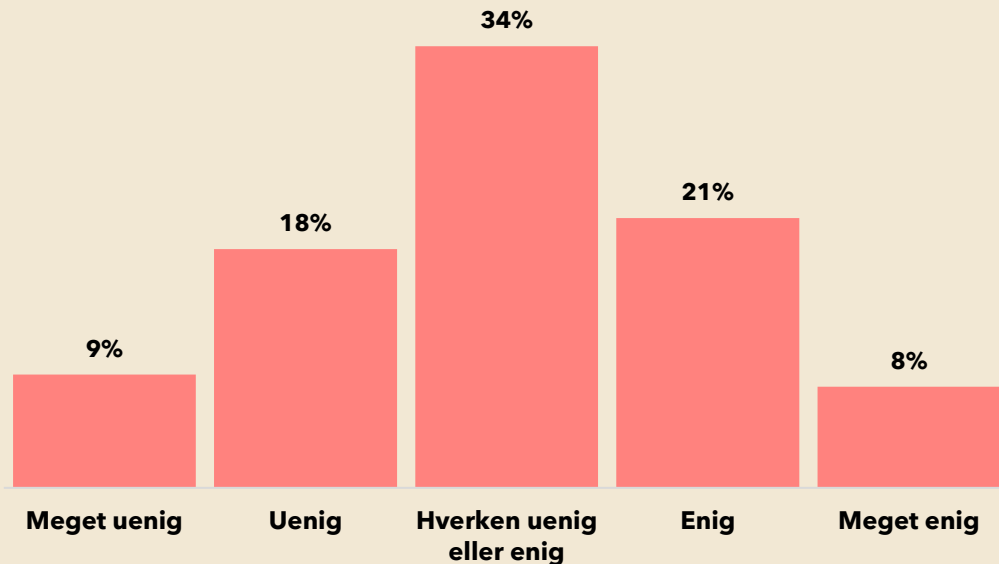


**27%**  
oplever, at **kropspositivismen** er med til at flytte **ens eget forhold** til kroppen



# Den gyldne mellemvej

**Kropspositivismen** er med til at **promovere** tykke kroppe på en **uhensigtsmæssig** måde



”

Jeg synes, at det er godt, at **flere kropstyper** bliver **normaliseret**. Men jeg synes også, at nogle bruger en allerede accepteret krop med en **lille fejl** som et eksempel på, at de **'virkelig bryder normerne'**. En tynd kvinde, der krummer ryggen og får en lille delle er ikke kropspositivisme.

*Kvinde, 25 år*

”

Jeg synes, det er fint, at **modeller ikke længere skal være anorektiske**. Men jeg synes, at den **ekstreme kropspositivisme/tykaktivisme** er at **gå for langt** i den anden retning. Jeg synes bare, vi skal lære unge mennesker, at alle kroppe er forskellige, og at det er helt ok, men det er ikke noget, jeg som sådan tænker over i min hverdag.

*Kvinde 29 år*

## Glazed like af donut

# 58%

oplever, at der i højere grad end tidligere er fokus på krop og udseende

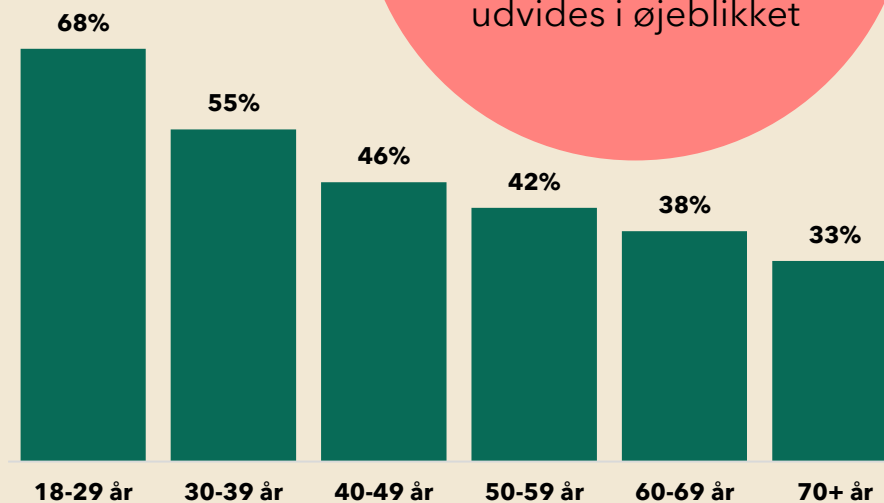


## No 'normal' beauty



# 47%

oplever, at skønhedsnormerne udvides i øjeblikket



# Boom i botox eller all natural

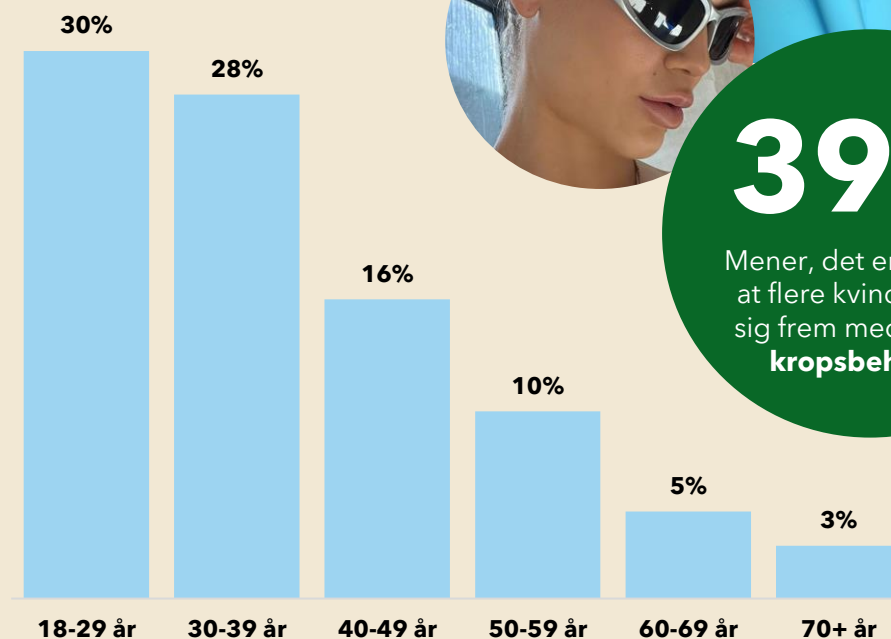


Der er et **mærkbart skel** mellem det **kunstige look** og det **meget naturlige look**, som begge præger tiden og peger i forskellige retninger.

Generelt er jeg meget modstander af det kunstige look og skønhedsindgreb, men jeg går modsat ikke op i kropspositivisme.

*Kvinde, 29 år*

Overvejer at få foretaget et skønhedsindgreb



**39%**  
Mener, det er **positivt**, at flere kvinder stiller sig frem med **tydelig kropsbehandling**



# #instavenlig #nofilter

28% 25%

Der er status i at **'forlade'** de sociale medier

Der er status i at have en **aktiv** profil på sociale medier



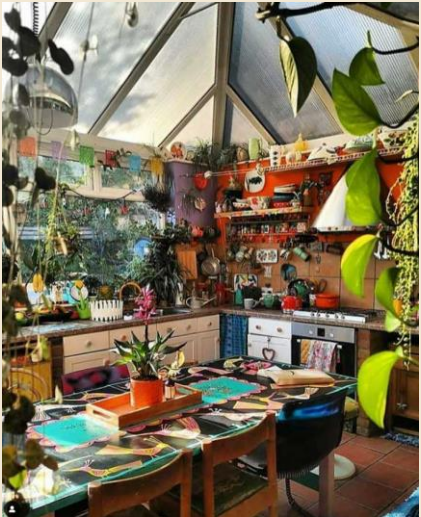
Old world

New world

# #instaaesthetic

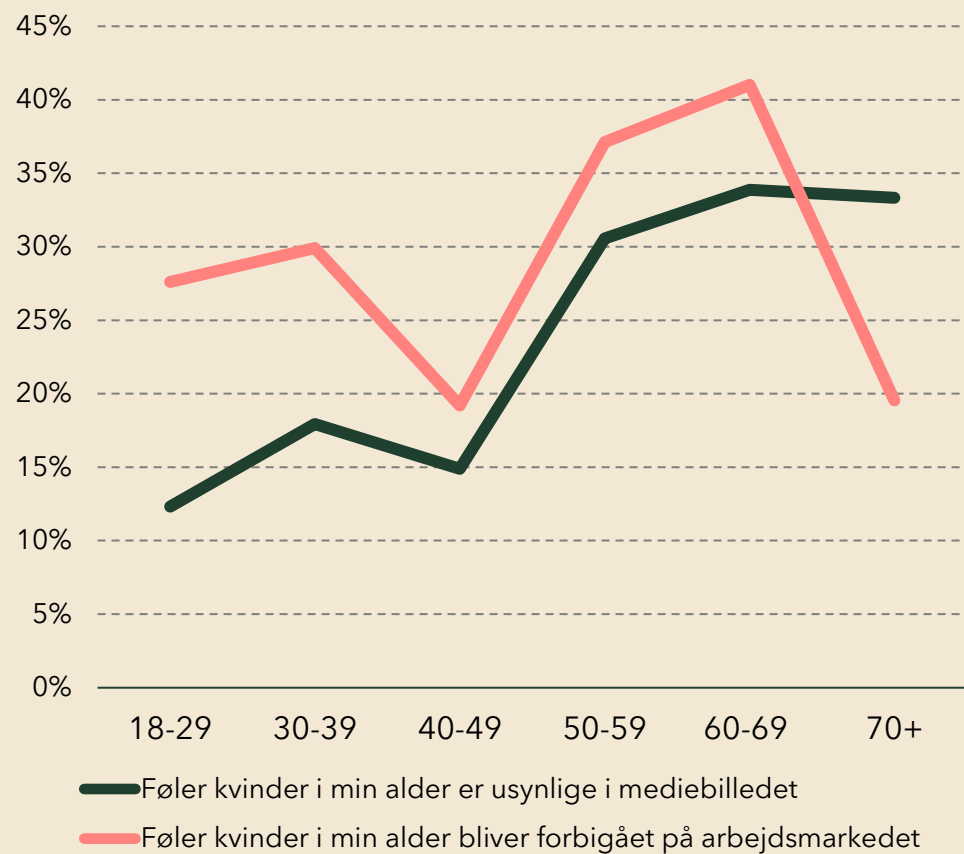


# #cluttercore



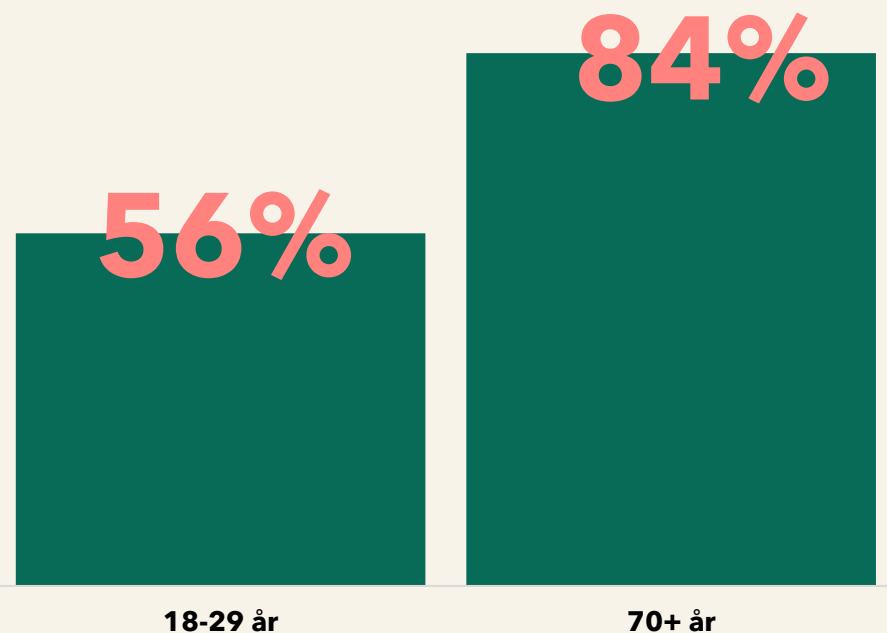
WOMEN  
of the FUTURE

# Boomer eller YOLD?



# Boomer?

Føler at **krænkelserkulturen** er gået for vidt



# Eller YOLD?



# 42%

blandt 60+ har markant større fokus på at spise mindre kød

# 40%

blandt 60+ mener ikke, vi kan tale for meget om, hvordan skæve magtstrukturer skaber ulighed for kvinder



Generationskløften kan virke enorm.  
Men måske er den ikke så stor?

**Fordøm ikke.** Gør jer umage med at **forstå de forskellige generationers udgangspunkt**, og tal til forskelligheder på en inkluderende måde.

Kvinder 50+ føler sig **negligeret**, så **giv dem opmærksomhed!**

Vi lever i **brydningstid**, hvor mange normer er under forandring. Der er mange følelser i spil. Og **modsetningerne** er til at tage at føle på.

**Vær ikke bange.** Deltag i forandringen, og tag stilling til, **hvor du står i debatten.**

De sociale medier udvider vores verden, men skaber samtidig urealistiske ydre krav for udseende, socialt liv og personlig udfoldelse.

**Drop facaden.** Den er gennemskuet.  
**Vær ærlig og vis nuancerne.**  
**Vis et knæk af realisme**

Vi har (gen)fundet den indre skaberkraft.  
Vi elsker at manifestere og fremstille produkter fra egen hånd

**Inspirer os til at dyrke kreativiteten.**  
Hjælp os til at holde fast i **skabertrangen.**



Verden brænder. Sneen smelter.  
Vi ved godt, vi selv bærer en stor del af ansvaret - og vi vil gerne tage det.

**Hjælp** til med at skabe forandring.  
**Tag et ansvar**, vi vil elske jer for det!



**Forfald ikke til en kortsigtet** marketingstrategi i usikre tider. Lige nu kræver det ekstraordinært meget at afsætte dine produkter, selv med taktiske greb.  
**Byg brand, og stå stærk efter den økonomiske krise.**

De store strukturelle forandringer, vi oplever i verden lige nu, **accelererer adfærdsmønstre.** Tingene ændrer sig **hurtigere, end du tror.**

Tænk de nye adfærdsmønstre ind i dit **produktsortiment** og din **kommunikation** nu!



## Kontakt

### Aller Insights

Anne Eskerod Borgstrøm | Head of Insights  
anne.borgstroem@aller.com | +45 50 76 18 89

### Aller media business

mediesalg@aller.dk | +45 72 34 26 26

Charlotte Juhl | Salgsdirektør  
charlotte.juhl@aller.com | +45 25 39 08 64

Charlotte Østerby | Team Lead  
charlotte.kirkeby@aller.com | +45 50 76 14 80

# WOMEN *of the* FUTURE

## **Creds:**

Fotos: Unsplash, Shutterstock, Aller Media,  
Instagramprofiler: sofielinde1, haileybieber, baka d'busk,  
AUTOPOUL

## **Kilder:**

**Women of the Future 2022** | Dataindsamling: Norstat |  
Antal interviews: 1.303 kvinder & 200 mænd

**Gallup Indeks Danmark**