

#SlukSammen

Data og indsigter fra befolkningsundersøgelse (Epinion 2025)

Hovedpointe

Den yngre generation ligger højest på næsten alle mål, men den voksne generation ligger tæt efter - tættere end mange forventer - mens de ældre typisk ligger lavere, om end stadig på et niveau, der er relevant. Det er derfor ikke et ungdomsproblem, men et bredt hverdagsproblem, som rammer nærvær, tid og ro i store dele af befolkningen.

Hvad betyder dataene?

headspaces befolkningsundersøgelse (Epinion 2025) viser, at de yngste er mest udsatte, men også at den voksne generation ligger tæt på og har meget at vinde, særligt i forhold til nærvær og relationer. Tematikken bør derfor behandles som et fælles hverdagsanliggende på tværs af køn, alder og geografi - alt peger på, at billedet er netop så bredt.

Data er inddelt i tre aldersgrupper: den yngre generation (15-34 år), den voksne generation (35-55 år) og de ældre (56+ år). Inddelingen følger tydelige livsfaser (uddannelse/etablering, arbejdsliv/familieliv, sen-arbejdsliv/pension) og afspejler vores data, hvor den yngre og den voksne generation ligger tæt på hinanden, mens 56+ generelt ligger lavere.

Den yngre generation (15-34 år): Omfatter teenagere og unge voksne i uddannelse eller tidlig karriere. I data topper de på de fleste belastningsmål: overforbrug (dagligt eller oftere) 62 %, vanescrolling (dagligt eller oftere) 66 %, og oplevet afhængighed (høj/meget høj) 59 %.

Den voksne generation (35-55 år): Midt i arbejdsliv og ofte med hjemmeboende børn. De ligger tæt på den yngre generation, hvilket viser, at udfordringen ikke stopper ved de unge. Eksempler: overforbrug 55 % (vs. 62 %), vanescrolling 57 % (vs. 66 %), afhængighed 45 % (vs. 59 %).

De ældre (56+ år): Senere i arbejdsliv eller efterløn/pension. De ligger generelt lavere end de to øvrige grupper, men niveauerne er fortsat betydelige: overforbrug 31 %, vanescrolling 30 %, afhængighed 38 %.

Disse tre grupper gør 1) Spejler livsfaser, hvor hverdagskrav og skærmsituationer ændrer sig 2) tydeliggør budskabet: den yngre og den voksne generation ligner hinanden i belastning, mens 56+ fungerer som et kontrastpunkt uden at falde ud af billedet og 3) forenkler formidlingen uden at miste væsentlige forskelle.

Forældre/ikke-forældre (tværgående kategori): Kategorien forældre omfatter personer med forældreansvar for hjemmeboende børn under 18 år, mens ikke-forældre omfatter alle øvrige; opdelingen går på tværs af alle aldersgrupper, og enkelte spørgsmål (fx digital rollemodel og rammer for børns skærmforbrug) er kun stillet til forældre.

Den yngre og den voksne generation ligger tæt - det er ikke kun de unge

Når vi spørger ind til overforbrug - altså om man bruger telefonen mere, end man har lyst til - svarer **62 procent** i den yngre generation og **55 procent** i den voksne generation, at det sker dagligt eller oftere. Hos de ældre er det **31 procent**.

Ser vi på vanebaseret brug ("mindless scrolling", hvor man tager telefonen frem uden rigtig grund), er billedet det samme: **66 procent** i den yngre generation og **57 procent** i den voksne generation gør det dagligt eller oftere; hos de ældre er det **30 procent**.

Oplevelsen af egentlig afhængighed ligger også højt i begge de to yngste aldersgrupper: **59 procent** i den yngre generation og **45 procent** i den voksne generation vurderer, at de i høj eller meget høj grad føler sig afhængige af telefonen; hos de ældre gælder det **38 procent**. Samlet giver det et klart billede: den voksne generation læner sig markant op ad den yngre generation - og det gør udfordringen bred.

Forældre skiller sig ud - både i belastning og i hverdagspris

Blandt forældre til hjemmeboende børn er niveauerne tydeligt højere end hos dem uden børn i hjemmet. **To ud af tre** forældre overbruger dagligt eller oftere (**66 procent**), og **to ud af tre** tager også telefonen frem uden grund dagligt eller oftere (**67 procent**). Cirka **halvdelen** af forældre (**51 procent**) oplever desuden høj eller meget høj afhængighed.

Når skærmen fylder, beskriver forældre en tydelig hverdagspris: Hver anden forælder (**52 procent**) siger, at de mister nærvær i samvær med andre, **fire ud af ti** (**40 procent**) mangler tid til familie og venner, og en **tredjedel** (**34 procent**) skærer ned på hobbyer og fritid. Kun **11 procent** af forældre siger, at skærmen ikke tager noget fra dem - blandt ikke-forældre er det **38 procent**. De tal fortæller, at forældre både er mere belastede og mærker konsekvenserne tydeligt i relationer og hverdagsliv.

Hele landet er med - små regionale forskelle, stort fælles problem

Ser vi på telefonafhængighed (i *høj* eller *meget høj grad*), ligger regionerne tæt: Nordjylland **49 procent**, Hovedstaden **47 procent**, Midtjylland **47 procent**, Syddanmark **46 procent** og Sjælland **45 procent**. Der er variationer, men niveauet er højt overalt. For vanebaseret brug (dagligt eller oftere) ligger Hovedstaden **55 procent**, Nordjylland **52 procent**, Syddanmark **50 procent**, Midtjylland **48 procent** og Sjælland **37 procent**. Konklusionen er den samme: Det er landsdækkende.

Køn gør en forskel - kvinder ligger højere og bekymrer sig mere om nødsituationer

Kvinder rapporterer gennemgående højere niveauer: 55 procent oplever dagligt overforbrug (mænd **39 procent**), **57 procent** har daglig eller hyppigere vanescrolling (mænd **42 procent**), og **52 procent** af kvinder oplever høj eller meget høj afhængighed (mænd **42 procent**). Når vi beder folk forestille sig 24 timer uden

mobil, er **59 procent** af kvinder bekymrede for ikke at kunne kontaktes i en nødsituation, mod **43 procent** af mænd. Det peger på, at tryghed og tilgængelighed kunne være en fordel at tænke ind, når man planlægger fælles aftaler og telefonfrie timer/perioder.

Hvad vi mister - og hvor generationerne mødes

Alle aldersgrupper rapporterer tab, men på lidt forskellige måder - og her ligger den yngre og den voksne generation igen tæt på hinanden.

Nærvær: I den voksne generation siger **40 procent**, at de mister nærvær i samvær med andre, i den yngre generation er det **36 procent**. Her mødes de to grupper i oplevelsen af, at telefonen forstyrrer relationer. De ældre ligger lavere (**10 procent**), men er ikke upåvirkede.

Søvn, fokus og bevægelse: Den yngre generation mærker oftere tab på søvn (**27 procent**), fokus (**36 procent**) og bevægelse (**41 procent**). Den voksne generation melder også ind ved dette (**17-30 procent** afhængigt af område), men i et lidt lavere niveau → pointen forbliver fortsat intakt; tallene er ikke ubetydelige – heller ikke for de voksne.

“**Det tager ikke noget**”: Det udsagn er mest udbredt hos de ældre (**58 procent**), mere sjældent i den voksne generation (**22 procent**) og mindst udbredt i den yngre (**11 procent**). Det understreger, at de to yngste generationer i højere grad mærker en pris.

Hvad virker - fælles greb på tværs, med nuancer i målgrupperne

Når vi spørger, hvad der kunne få folk til at lægge telefonen væk oftere, peger alle tre aldersgrupper på de samme grundidéer, med forskellige styrker.

Den ting vi alle har tilfælles og vægter højest; motivationen til at **bytte skærmen for noget, man holder af at lave**. Det siger **43 procent** samlet. Det bærer især i den yngre generation (**64 procent**) og i den voksne (**50 procent**) - og i mindre grad hos de ældre (**20 procent**).

Fælles aftaler fylder også: **27 procent samlet**. Det er særligt stærkt i den voksne generation (**36 procent**) og også højt i den yngre (**35 procent**). Hos de ældre er det **15 procent**.

Mentale gevinster - tanken om at vi kan mindste stress, få bedre søvn og mere fokus - motiverer 26 procent samlet (den yngre **39 procent**, den voksne **32 procent**, de ældre **12 procent**). Det viser sig igen højt og tværgående for både den yngre og voksne generation – mental trivsel.

Når vi beder folk forestille sig 24 timer uden telefonen, forventer **65 procent** i den yngre generation og **54 procent** i den voksne mere nærvær og tilstedeværelse; hos de ældre er det **28 procent**. Det fortæller, at konkrete, tidsafgrænsede eksperimenter - ikke nødvendigvis moral og udskæld - kan opleves som meningsfulde, især for den yngre og den voksne generation.

Særlige grupper og tendenser, der skiller sig ud på tværs af data

Forældre: Høj samlet belastning og tydelig hverdagspris - og samtidig villige til at gøre noget. Her virker fælles aftaler i familien og konkrete alternativer, som er lette at vælge til i hverdagen.

Den voksne generation (35-55 år): Ligger tæt på den yngre på alle mål og responderer på fælles aftaler og meningsfulde alternativer.

Hjemmegående og på barsel: Meget modtagelige for telefonfrie aftaler; **84 procent** forventer mere nærvær ved 24 timers sluk, og **60 procent** motiveres af en familieaftale.

I praktik, jobafklaring eller virksomhedspraktik (ikke som led i uddannelse): Markant tab af nærvær (**71 procent**) og høj søvn-belastning (**36 procent**).

Forandringsparathed - mange har allerede prøvet, og flere vil gerne i gang.

I den yngre generation har **18 procent** haft succes med at skære ned de seneste tre måneder; i den voksne **15 procent**; hos de ældre **13 procent**. Blandt forældre er **20 procent** lykkedes, og **32 procent** vil gerne i gang (mod **14** og **22 procent** blandt ikke-forældre). Mange har også forsøgt uden held - særligt i den yngre generation (**31 procent**) og blandt forældre (**31 procent**). Det peger på et brugbart startpunkt: gør det let og fælles at prøve igen, og hjælp med at erstatte skærmen med noget konkret, man holder af.