

Enklare vardag för alla
i en hållbar och öppen stad

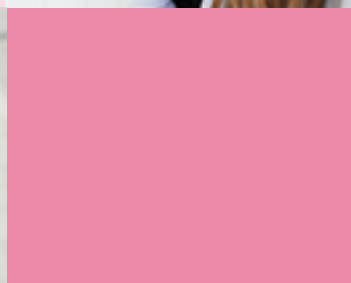
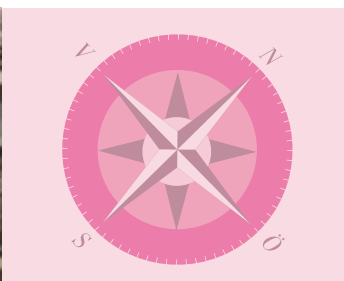


Göteborgs
Stad

Omvärlds- och medborgaranalys 2017

Gamification, influencers och det nya folkhemmet

Ungas förväntningar på Göteborgs Stads service
och information – nu och i framtiden



www.goteborg.se

Trender som påverkar unga

Vilka trender och fenomen påverkar unga göteborgare och deras syn på service, delaktighet, kommunikation och inflytande de närmaste åren?

Konsument- och medborgarservice har i uppdrag att utveckla, samordna och ge service till boende, besökare och företagare. För att kunna göra det måste vi ha en god bild av omvärldens utveckling och behoven hos dem vi är till för.

För att förstå ungas behov har konsument- och medborgarservice gjort en omvärlds- och medborgaranalys tillsammans med Kairos Future. Detta är vår andra omvärlds- och medborgaranalys och den består av en trendanalys där vi presenterar de 17 viktigaste trenderna ur ett ungt perspektiv. En trend börjar ofta med en tanke, en idé eller ett beteende som accepteras av fler och fler människor. Det är en stabil, långsiktig förändring i samhället avseende ekonomi, demografi, värderingar, intressen eller konsumtionsmönster.

Vi har undersökt just vilka trender som påverkar unga och deras syn på stadens information och service. I rapportens andra del redovisar vi och analyserar resultatet från SCB:s medborgarundersökning 2016 på en övergripande nivå.

Med analyserna som grund hoppas vi skapa bra planeringsunderlag som underlättar för Göteborgs Stad att prioritera och fatta beslut utifrån människors behov. Vi hoppas att den här rapporten kan inspirera dig i din verksamhetsutveckling, som ett bidrag i den långsiktiga planeringen.

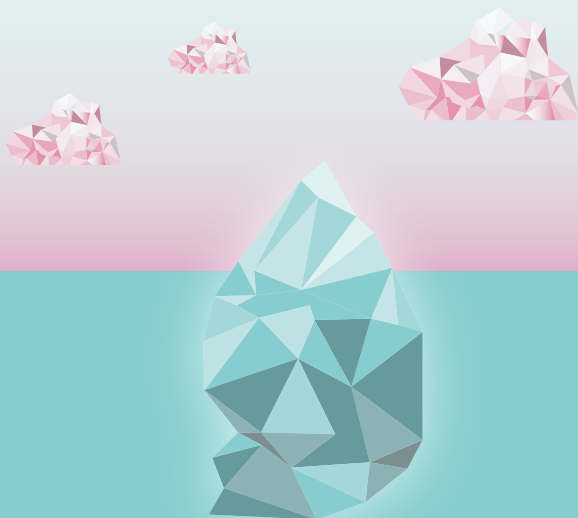
Trevlig läsning!

Rigmor von Zweigbergk

Förvaltningsdirektör
Konsument- och medborgarservice

Åtta sammanfattande strategiska slutsatser

1. Göteborgarna anser att det är svårt att nå kommunens tjänstemän och politiker. Vi måste öka vår tillgänglighet såväl fysiskt som digitalt.
2. Trenderna visar på nya kommunikationsmönster och kommunikationsvägar. Vi behöver kämpa för att nå fram i bruset och göra det i de ungas egna kanaler.
3. Förtroendet för tjänstemän och politiker är lågt hos göteborgarna i allmänhet, men något högre hos unga. Det är viktigt att vi skapar ett medinflytande och får dem att känna sig delaktiga.
4. Digitaliseringen har ökat möjligheterna till samskapande och delningsekonomi. Göteborgs Stad kan dra nytta av det genom att dela med oss av öppen data samt erbjuda fysiska och digitala mötesplatser.
5. Människor upplever sig ha brist på tid och energi idag. Kraven på flexibilitet är därför höga och färdiga paketlösningar som underlättar i vardagen är uppskattade.
6. Den unga generationen har andra krav och en helt annan syn på konsumtion. Kommunen förväntas leverera service och gott bemötande i samma utsträckning som näringslivet.
7. Dagens unga söker trygghet i större utsträckning än andra generationer. Bristen på jobb och boende leder till ett minskat förtroende för samhället och gör att de ställer högre äkthetskrav på sin omgivning. Vi måste visa öppenhet, ärlighet och tydlighet för att vara trovärdiga.
8. Växande värderingskonflikter och allt tätare filterbubblor gör det svårare att nå ut med information.



Radar

Fångar upp tidiga signaler och fenomen att bevaka

Sjökortet

Karta över trender som påverkar oss de närmsta 5-10 åren

Ekolod

Fördjupade analyser för olika teman eller målgrupper

Tre typer av navigeringssystem

I modellen för omvärlds- och medborgaranalys använder vi oss av dessa tre metaforer:

Radar – vi fångar upp snabbbrörliga faktorer i omvärlden som är intressanta att bevaka eller följa, men som inte kategoriseras inom ramen för vår trendbevakning. Denna metafor kan också fungera som ett filter för att komprimera och välja ut forskning från olika relevanta institut.

Sjökort – vi definierar en karta med långsiktigt viktiga trender och drivkrafter som kommer att påverka medborgarna, staden och servicen de kommande 5–10 åren.

Ekolod – ett strukturerat sätt att fördjupa och grundligt analysera de frågor som har betydelse för målgrupperna, staden eller servicen.

Radar – faktorer i omvärlden som vi följer

Radar handlar om att identifiera förändringar i vår omvärld som leder till nya trender. I vårt arbete handlar detta om att bedriva omvärldsbevakning och få tillgång till rätt källor för att jobba med trendspaningen (sjökortet). Det vill säga att vi säkerställer att vi systematiskt får information om omvärldsförändringar

i form av rapporter, undersökningar, trendbibliotek och annan information för att kunna göra rätt analyser. Inför den här rapportens analys värderades över 100 trender från Kairos Futures trend-databas – med fokus på vad som formar och påverkar de yngre i samhället.

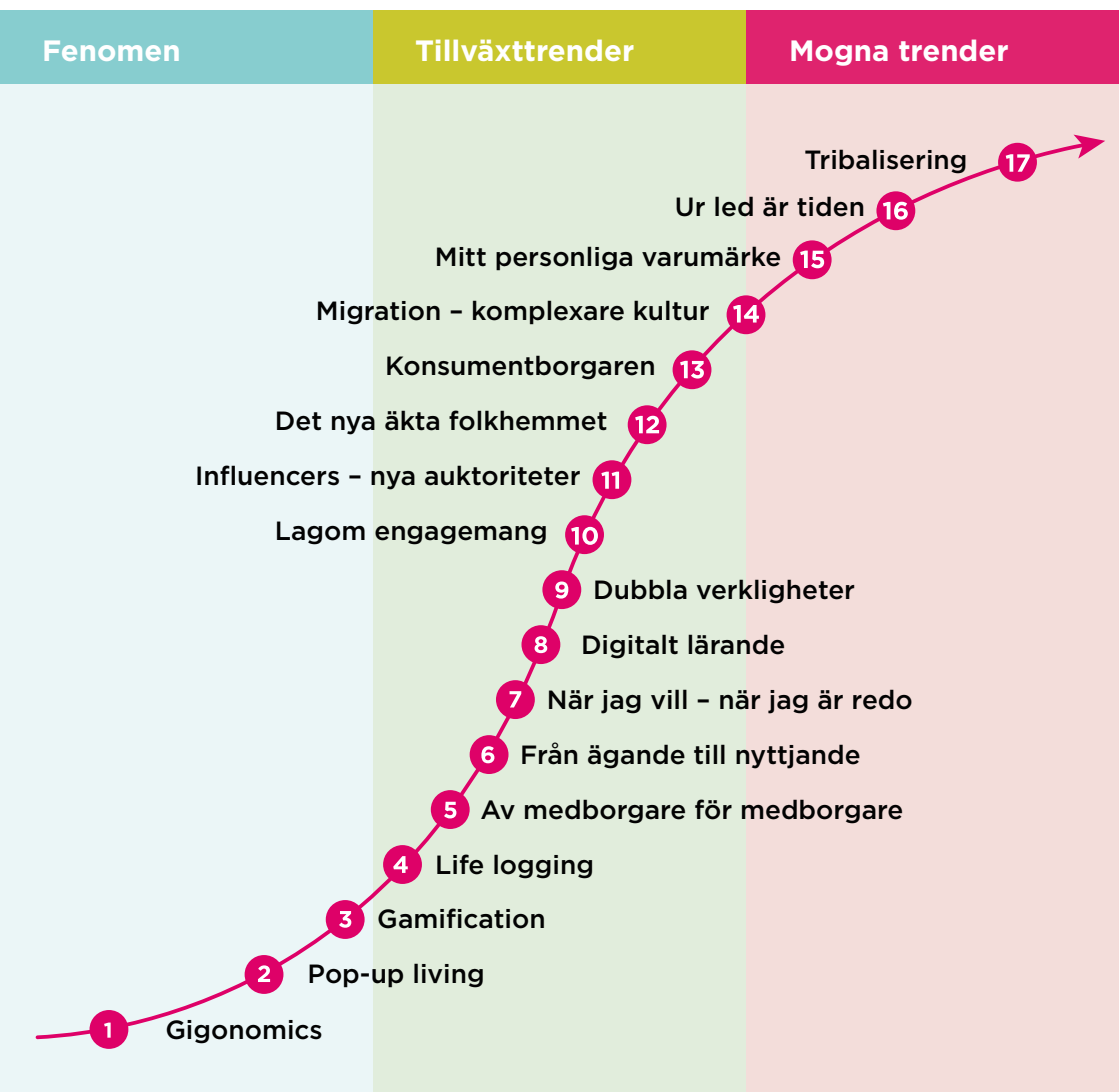
Sjökortet – en första trendkarta

Vad är en trend? Vi definierar begreppet som ”en större allmän förändring”. Det är ett nytt beteendemönster som sakta växer fram under en viss tidsperiod. För att räknas som en trend måste det finnas tydliga tecken på att förändringen äger rum redan idag och att den håller i sig på långre sikt.

Sjökortet ska fungera som en karta där vi kan se vart vi är på väg. I vår omvärldsanalys började vi med att identifiera de viktigaste förändringarna som påverkar de unga. Vi utgick ifrån ett hundratal trender

och fenomen som Kairos Future fångat upp. Utifrån dem sammanställde vi en karta över de 17 viktigaste trenderna.

Vi har valt att gruppera trenderna under rubrikerna fenomen, tillväxt och mogna trender – beroende på var de befinner sig i relation till Göteborgs Stad. Ett fenomen är en trend som vi behöver bevaka. En tillväxt är en trend som vi behöver planera inför. En mogen trend är något som redan är etablerat, som vi ser konkreta exempel på i omvärlden och som måste hanteras här och nu.



Tabell 1. Trendkarta över de 17 trenderna utifrån genomförd workshop

Fenomen – trender som vi behöver bevaka

1. Gigonomics

Gigonomics är ett begrepp som beskriver en arbetsmarknad där du inte har jobb längre – du har gigs. Digitaliseringen har drivit fram en mer mobil arbetskraft där jobb och plats är frikopplade från varandra. Karriär gör du som människa, där de sociala nätverken och de personliga relationerna är viktigast.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

De bredare samhällsekonomiska effekterna av trenden gigonomics är ännu oklara, men vi måste tänka om när det gäller hur vi tillhandahåller vårt skyddsnät och vi måste frikoppla det från fasta jobb. Vi måste underlätta för människor att starta nya företag och göra oss mer lättillgängliga för egenföretagare. Eftersom det nu är så mycket enklare att arbeta från hemmet, på deltid och ett flexibelt schema, kan gigonomics ge nya möjligheter för arbetstagare. Men det kan också leda till ofrivilligt deltidsarbete och utanförskap för många.

2. Pop-Up Living

Bostadsbristen gör att allt fler unga tvingas till ett mer temporärt tänkande kring boende. Allt fler bostadslösningar är tidsbestämda och provisoriska. Pop-up living blir ett sätt att möta en stigande efterfrågan på snabba, billiga och mobila boenden. Trenden drivs av en stark urbanisering med stigande bostadspriser och en tuff arbetsmarknad för unga.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Det finns en politisk medvetenhet om problemet. I Sverige ligger fokus allt mer på att förtäta städerna och kreativiteten och nytänkandet bland stadsplanerare och designers ökar. Kommunen har mark och vi måste sätta press på oss själva och tänka nytt. Problemet med bostadsbristen för unga riskerar att bli en klassfråga.



3. Gamification

Gamification är den engelska termen för en värld som influeras allt mer av spelmekanismer. Man använder spelprinciper för att öka engagemang, effektivitet, uthållighet eller upplevelser både i privatlivet och på arbetsplatser. Det är alltså inte bara i den virtuella världen som människor tävlar mot varandra. Företag och verksamheter tar fram lekfulla kampanjer och produkter som skapar motivation, engagemang och lojalitet hos konsumenterna. Dagens unga har vuxit upp med datorspelens logik.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Genom att tänka i termen gamification kan vi skapa motivation för de som annars inte bryr sig. Att erbjuda tjänster med ett större mått av upplevelse gör att vi når nya och yngre målgrupper. Genom att agera på spelinfluerade sätt i vardagen kan "tråkmoment" bli "kulmoment".



Tillväxt – trender som vi behöver planera för

4. Life logging

Via olika sociala medier dokumenterar och delar människor en hel del information om sina dagliga liv utan att egentligen tänka på det. Nu finns det ett stort utbud av tjänster, prylar och program som loggar allt ifrån din träning till din sömn och ditt humör. Trenden drivs av ett allt ökande behov av bekräftelse och kontroll, men även av en ökande hälsotrend.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Det formas nya förebilder inom life logging. Vi kan få en ökad förståelse för andras verklighet och livsstilar. De som inte vill delta riskerar att hamna i ett utanförskap.

5. Av medborgare för medborgare

Allt fler urbana aktörer strävar efter att skapa morgondagens smarta stad på sätt som i allt högre grad bygger på invånarnas förmåga att leverera lösningar, tjänster och produkter till varandra. Makten förflyttas helt enkelt från de folkvaldas förmåga att se behov och lösningar, till invånaren som blir delaktig i utvecklingen av staden. I avsaknad av en fungerande lösning så skapar man en egen.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Allt fler kan vara med och skapa ett utbud av tjänster och produkter i digitala kanaler, vilket tillgodoser olika behov hos människor. Det skapar förutsättningar för att tillvarata kreativiteten hos göteborgarna. Men när makten flyttas till civilsamhället måste vi också ta hand om dem som inte klarar sig själva.

6. Från ägande till nyttjande

Bland yngre generationer märks det att tillgången till produkter och tjänster är viktigare än att äga dem. Utvecklingen går mot att människor i allt större utsträckning hittar former där de får tillgång till varor, kunskap, utrymme och tid genom att dela, låna, hyra, byta och ge bort i stället för att köpa. Delningsekonomin växer sig starkare i västvärlden och genom digitaliseringen kan den skalas upp i en helt annan dimension än det tidigare varit möjligt.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

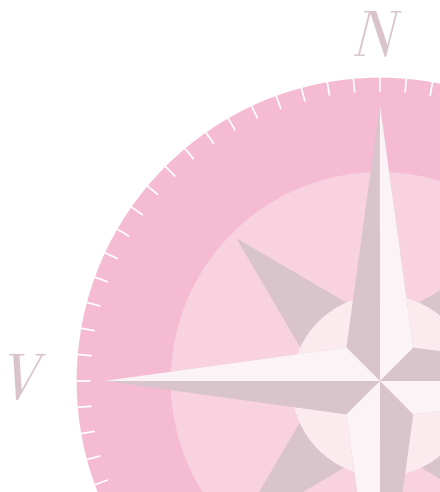
Om delningsekonomin styrs och utvecklas i "rätt" riktning finns stora vinster att vänta ur ett miljö- och resurs-effektivitetsperspektiv; nya innovationer som ger jobbtillfällen och en större social sammanhållning när lokalsamhället stärks av att människor möts för att dela i större utsträckning.

7. När jag vill – när jag är redo

I en tid då utbudet av varor och tjänster flödar obegränsat skapar digitaliseringen smarta system som förstår människors behov och kan leverera anpassade tjänster och produkter "just-in-time". Det blir en vana att det mesta finns tillgängligt NU. Allt fler prenumerationsmodeller lanseras, som till exempel för olika matkassar eller streamade tjänster för musik och film. Trenden drivs av att konsumenter inte orkar ta ställning på grund av bristande tid och energi.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Göteborgs Stad riskerar att hamna utanför många ungas filterbubblor om inte en tydlig långsiktig strategi etableras. Strategin kan exempelvis innebära att vi förpackar våra erbjudanden och tjänster på ett modernt och smart sätt.





8. Digitalt lärande

Skärmen är en passande symbol för hur lärandet förändras av digitalisering. Unga har format sin världsbild via internet och söker information, nyheter och inspiration på sociala nätverk och appar. Youtube är den nya läraren, där även lärare lägger ut pedagogiska filmer. På så vis görs lärandet tillgängligt för fler.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Möjligheten till att individanpassa undervisningen bli större. Vi måste möta det ökade behovet av uppkoppling både i skolor och på andra kommungemensamma platser. Vi går mot aktivitetsbaserade skollokaler och uppluckrade skoldagar. Pedagoger måste förstå hur den nya tekniken kan komplettera traditionell pedagogik.

9. Dubbla verkligheter

De unga växer upp med en annan syn på verkligheten än de äldre. Med mobilens möjligheter lever man ett allt mer komplext dubbelliv, där den fysiska verkligheten och den virtuella möts och förstärker varandra. Det är inte ovanligt att människor startar relationer i den virtuella världen, exempelvis genom sociala medier och dejtingappar, innan de eventuellt träffas i verkligheten. Det sociala spelet/mötet/arenorna sker idag i flera olika samverkande miljöer såväl virtuellt som fysiskt, vilket förändrar spelreglerna både socialt och yrkesmässigt.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

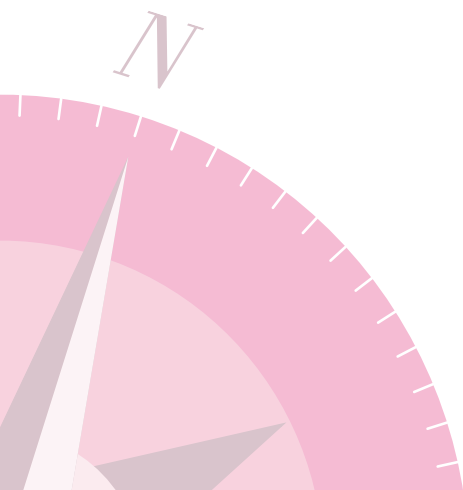
Unga göteborgare har högre krav på omedelbar respons. De kräver bättre anpassning av service, kanaler och budskap. Göteborgs Stad kan ge service och säkra upp teknisk sårbarhet genom fler digitala kanaler. Sociala medier skulle kunna täcka upp som informationskanal, då dessa är snabba och effektiva vid krissituationer.

10. Lagom engagemang

Konsumenterna lever i överflöd av information, budskap och valmöjligheter. Energi och tid upplevs idag som bristvaror och människors engagemang påverkas. Majoriteten lockas inte av redan bestämda former och tider för sitt engagemang. Istället föredras mer och mer temporära engagemangsformer i enskilda frågor.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Dagens former för politiska partier blir irrelevanta. Människor går mer mot snabba beslut och ställningstaganden. Kommunen måste anpassa tjänster och hastigheten i tjänster för att möta den ökande tidsbristen. Fler har möjlighet att delta i fler sammanhang och vi måste ta vara på göteborgarnas snabba engagemang genom omröstningar och dylikt.





11. Influencers

Alla kan bli sin egen producent. I de ungas värld ersätter talespersoner traditionella experter i nya mediekkanaler. I en allt mer osäker och komplex värld växer behovet av vägledning och något att identifiera sig med, där unga människor vänder sig till familj, vloggare, sociala nätverk, vänner eller välkända ansikten.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Kommunikation och paketering av budskap blir allt viktigare, nyhetsvärdering och journalistiska principer leder till att enskilda berättelser lyfts fram. Kommunen behöver ta med sig sitt befintliga förtroendekapital och använda sig av nya kanaler. Samtidigt är det viktigt att tänka på integritet och objektivitet.

12. Det nya äkta folkhemmet

Det finns många uttryck i ungas syn på livet som går att spåra till de drömmar som präglade uppbyggnaden av folkhemmet. Drömmen för de flesta är att hitta ett trevligt boende och ett bra jobb som lämnar tid över för familjen. Samtidigt finns det stora skillnader idag, med en ökad oro över att inte få ett jobb eller bostad. Ungdomarna uttrycker en vilja att vara äkta och goda människor, med allt vad det innebär.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Vi måste förstå ungas behov av gränser och äkthet. Ungas digitala beteende skapar filterbubblor och vi kan nå dem endast genom dem som de litar på; vännerna. Vi måste visa öppenhet, ärlighet och tydlighet för att vara trovärdiga.

13. Konsumentborgaren

I takt med att samhället överläter mer och mer ansvar åt individen så ökar det personliga ansvaret för den egna tryggheten och framtiden. Ansvaret tar sig uttryck i att man måste ge sig ut på en kommersiell arena och fatta konsumtionsbeslut. Människor har samma förväntningar oavsett om de är i kontakt med konsumentföretag, myndigheter, skolan eller värden.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Vi måste hänga med i den snabba utvecklingen – konsumenterna kräver service och att snabbt kunna få kontakt med oss. Vi behöver utveckla vår verksamhet med ett mer kundfokuserat bemötande i fler kanaler.

14. Migration skapar komplexare kulturer

Klyftor och ojämlikhet mellan olika grupper i samhället ökar. Fler kulturer och värderingar bryts mot varandra och toleransen utmanas i allt komplexare samhällen. I stora tillväxtområden som Stockholm, Göteborg och Malmö frodas en ökande multikulturell kraft på gott och ont.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Migrationen påverkar sektorer som äldreomsorg, sjukvård och utbildning. Den ställer också nya och andra krav på bostäder. Detta har lett till en förändrad samhällsstruktur med utanförskap och försämrad folkhälsa för vissa grupper. Vi har stora möjligheter att hitta nya lösningar om vi låter alla komma till tals och olika kulturer berikar stadens kompetens. Vi måste gå från kortsiktigt projektarbete till mer långsiktig planering.



Mogna trender

– trender som redan är etablerade

15. Mitt personliga varumärke

Det är viktigt att ta ställning för vem man är och visa sin identitet. Konsumtion är i högre utsträckning ett sätt att visa för andra vem man är och vilka värderingar man står för. Flera faktorer spelar in i identitetsbygget och sociala medier är en viktig del av detta. I ljuset av en ökande digitalisering finns valmöjligheterna och friheten att skapa och exponera sin egen identitet.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Det sociala spelet pågår ständigt. Unga hittar fler subgrupper som leder till att allt fler hittar ett sammanhang. Det främjar en kreativitet som Göteborgs Stad borde ta tillvara på. Vi kan lämna mer utrymme till de unga och öka möjligheten till delaktighet.

16. Ur led är tiden

Tid har inte längre samma betydelse. Människor lever i ett samhälle idag där allt går i repris och du inte behöver passa tider. Jobb och skola använder sig av flextider, drop-in eller onlinekurser som du kan ta del av när det passar dig. Man vänjer sig vid 24-timmarsservice och har en förväntan om att direkt hitta svar på sina frågor.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Utvecklingen driver fram nya lösningar för informationsutbyte, nya arbetssätt och nya arbetstider. Vi behöver vara tillgängliga andra tider än 8–17 och i andra kanaler än tidigare. Lagstiftning och policyer behöver anpassas för ett mer tidsobundet arbetsliv. Flexibla arbetstider kan också locka nya grupper till kommunala arbetsgivare, på så sätt kan vi möta grupper som vi inte skulle ha gjort tidigare.



17. Tribalisering

Människor ersätter förlorade sociala strukturer och rötter med gemenskaper och grupper kopplat till livsstil. Den ökade digitaliseringen och sociala medier har gjort det lättare att markera vår särart genom att samlas i "tribes" (engelska ordet för stammar). En grupp människor binds samman av sin livsstil, sina intressen och en gemensam strävan.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Staden behöver lägga kraft på att kartlägga och förstå existerande mikrokulturer och "tribes". Vi behöver förstå vad som utgör det känslomässiga kittet som håller dem samman. Genom att arbeta mer diversifierat kan vi nå ut till fler.

Ekolodet

– medborgaranalys

Vad tycker göteborgare om sin kommun och dess verksamheter?

Som en del av omvärlds- och medborgaranalysen redovisar vi resultatet från den medborgarundersökning som genomfördes av SCB, Statistiska centralbyrån, under hösten 2016.

Undersökningen genomfördes i form av en enkät som besvarades av 438 göteborgare i åldrarna 18 till 84 år. Vi har gjort jämförelser mellan samtliga kommuner som var med i undersökningen. Från ett urval

på 1 200 personer så besvarade 37 procent enkäten, så det går inte att garantera att urvalet är representativt. Enkäten ger inte konkreta svar på vad som är bra eller dåligt, utan hjälper oss att prioritera våra fördjupade studier.

Kommunen som en plats att bo och leva på

49 procent av göteborgarna är nöjda med sin kommun som helhet och kan starkt rekommendera vänner och bekanta att flytta till Göteborg. Möjligheterna till utbildning, arbete, kommersiellt utbud, kommunikationer och fritidsmöjligheter är fördelar som gör göteborgarna mer nöjda än invånarna i andra undersökta kommuner.

När det gäller trygghet och bostäder visar däremot göteborgarna ett högre missnöje än de andra.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

En av de stora globala trenderna är globalisering och vi kommer att se en fortsatt ökande tillströmning till städerna. För att Göteborg ska vara attraktivt för företag, studenter och invånare så är det viktigt att vi kan erbjuda ändamålsenliga bostäder. Bostadssituationen i Göteborg är problematisk för alla, inte minst unga.



Kommunens verksamheter

Här har vi undersökt hur göteborgarna bedömer kommunens verksamheter och tjänster. De tjänster som ligger i topp är räddningstjänsten, vatten och avlopp samt kultur. Områden där vi ligger under snittet är bemötande och tillgänglighet, skola (för- och grundskola), äldreomsorg samt stöd för utsatta personer. När det gäller just bemötande och tillgänglighet så ligger Göteborg under snittet på samtliga frågor.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Göteborgarna förväntar sig att kommunen ska vara lika tillgängliga med sin service som andra aktörer. Med ett allt mer konsumentlikt beteende även i kontakterna med kommunen skapas också förväntningar på servicenivå och bemötande. Medborgarundersökningen visar att vi inte lever upp till människors krav när det gäller detta – och det behöver vi jobba på.



Medborgarnas inflytande i sin kommun

Här har vi undersökt hur göteborgarna uppfattar sin insyn och sitt inflytande, men också påverkan och förtroende. Göteborg ligger här strax under snittet i jämförelse med de andra kommunerna.

Tittar vi på de olika frågeområdena var för sig så ligger vi på snittet när det gäller frågor om information, men betydligt under snittet när det gäller påverkan och förtroende.

Vad kan detta innebära för Göteborgs Stad?

Frågor om förtroende och påverkan hänger ihop. De har också ett samband med hur man upplever tillgänglighet och information. I ett öppet och transparent Göteborg måste vi vara öppna, tillgängliga och tydliga för att få invånarnas förtroende. Vi måste också stärka deras möjligheter till inflytande, exempelvis genom de möjligheter till engagemang som en ökad digitalisering medför.

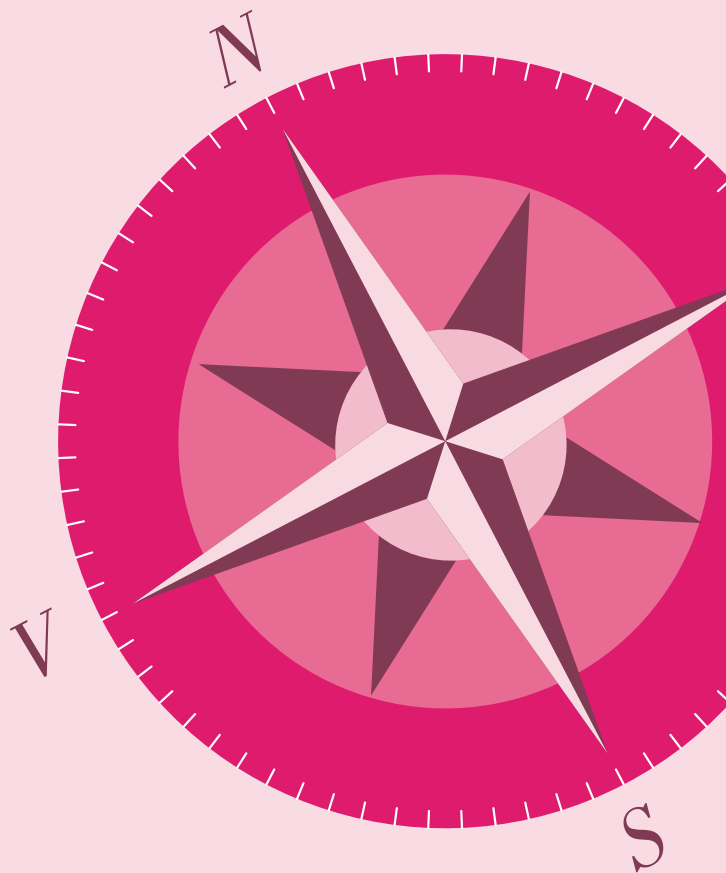
Så går vi vidare

I den här rapporten har du läst lite kort om 17 olika trender som berör unga göteborgare och vad de kan innebära för Göteborgs Stad.

Omvärldsanalys ska vara ett återkommande inslag i ett utvecklingsarbete och vi vill uppmana stadens verksamheter att dra nytta av det här materialet. Fundera över:

- Hur påverkar de här trenderna din verksamhet och dess målgrupper?
- Vilka hot och möjligheter ser ni?
- Vilka utvecklingsbehov ser ni?
- Vilken ytterligare information behöver ni för att arbeta vidare?

Konsument- och medborgarservice kan stötta er i detta arbete genom fördjupad information om trenderna, presentationsmaterial, en fördjupad rapport eller som stöd i workshops eller verksamhetsutveckling.



För mer information om omvärlds- och medborgaranalysen, kontakta:

Christina Ceder

Konsument- och medborgarservice

Telefon: 031-365 09 41

E-post: christina.ceder@kom.goteborg.se