

# Sociala medier driver på överkonsumtion

Temanummer ur Betalningsindikatorn 3/2019

**I detta temanummer.** Det finns många faktorer som påverkar våra köpbeslut. Influencer Marketing är ett växande fenomen, där influencers på sociala medier inspirerar och lockar sina följare till konsumtion av olika varor och tjänster. I detta nummer har vi tittat närmare på influencers och sociala medias roll för överkonsumtionen i samhället och sambandet mellan Influencer Marketing och behov av dyra konsumtionslån.

## Om betalningsindikatorn

Betalningsindikatorn är en regelbunden undersökning om svenskarnas inställning och beteende kopplat till ekonomi, som Lowell genomför tillsammans med analysföretaget Demoskop. Vi startade undersökningen i september 2017 och har sedan dess fått fram mycket intressant fakta och kunskap som vi vill dela med oss av. Därför lanserar vi nu temanummer med data ur Betalningsindikatorn.

## Varför är de här frågorna viktiga för oss på Lowell?

Som ett ledande företag inom kredithantering har vi en central roll för en välfungerande kreditmarknad och därmed även för samhällsekonomin. Att förstå svenska folkets inställning och beteende kopplat till sin privatekonomi är därför viktigt för oss.

För att ta del av kommande temanummer ur Betalningsindikatorn, fyll i formuläret via denna länk: [hs.lowell.se/ladda-ner-betalningsindikatorn](https://hs.lowell.se/ladda-ner-betalningsindikatorn)



# I korthet

# 82%

av de som följer influencers i sociala medier upplever att sociala medier bidrar till konsumtionshets.

**33%** av svenskarna upplever en stor konsumtionshets från sociala medier.

Av de som följer influencers är motsvarande andel **42%** som upplever konsumtionshets i hög grad.

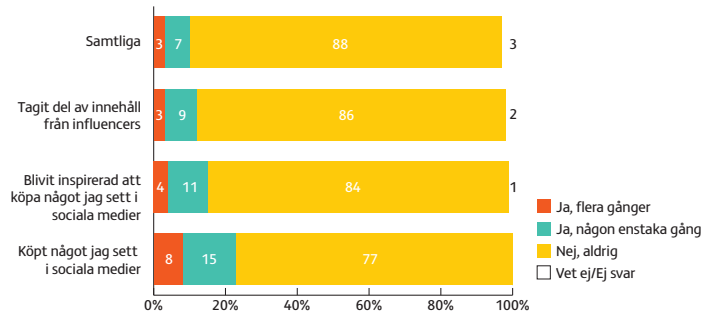
# 21%

av de som har köpt något efter inspiration på sociala medier den senaste veckan har en utnyttjad kontokredit.

Motsvarande siffra bland allmänheten i stort är **14%**.

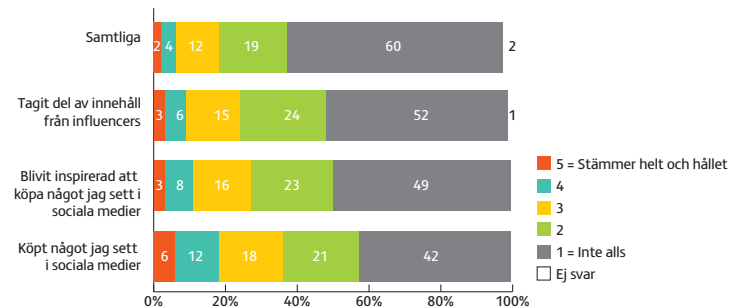
## En av tio har det senaste året inte kunnat betala en faktura till följd av pengabrist

Fråga: Har det, under det senaste året, hänt att ditt hushåll inte kunnat betala en faktura på grund av att ni inte haft tillräckligt med pengar?

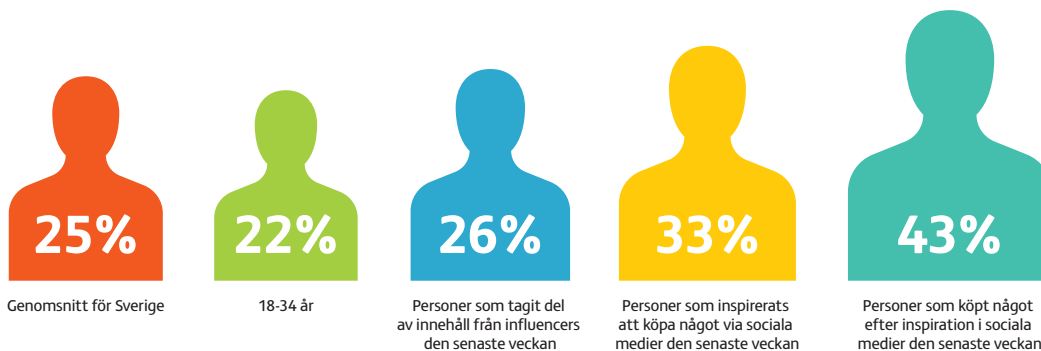


## Nästan två av fem konsumerar någon gång för mer än deras ekonomi tillåter

Fråga: Jag konsumerar ofta för större belopp än vad min ekonomi tillåter.



## Andelen svenskar som har någon form av lån utan säkerhet\*



\*) Blanco, utnyttjad kontokredit, avbetalning, andra lån utan säkerhet, skulder

### Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av analysföretaget Demoskop under februari 2019. Resultaten baserar sig på Lowells löpande undersökning Betalningsindikatorn som etablerades i september 2017. Samtliga mätningar som genomförs med 1300 intervjuer per kvartal och genomförs inom ramen för en slumpmässigt rekryterad internetpanel. Betalningsindikatorn täcker frågor som betalningsförmåga, den upplevda ekonomiska tryggheten och konsumtionsbeteende hos svenska hushåll.



# Influencers och sociala mediers roll för ökad konsumtion och skuldsättning

Drygt en fjärdedel av svenskarna följer influencers i sociala medier och av dem upplever 82 procent att sociala medier bidrar till konsumtionshets. Nära varannan av följarna säger att de i någon utsträckning handlar för mer än de har råd med. Detta bekräftas även då de som inte kan stå emot köphetsen, är överrepresenterade i användandet av olika former av krediter.

## Trycket från Influencer Marketing

Att använda sociala medier som en källa till inspiration är idag en självklarhet för många. Ett beteende som bidragit till fenomenet Influencer Marketing, där personer med stort inflytande på sociala medier inspirerar till konsumtion. Enligt Betalningsindikatorn säger så många som 82 procent av de som följer influencers i sociala medier, att de upplever någon form av konsumtionshets därifrån. Det kan jämföras med 67 procent som är genomsnittet i Sverige av de som använder sociala medier. 13 procent säger att de fallit för pressen, och köpt något de sett i sociala medier under den senaste veckan.

## Nätshoppare är överrepresenterade i gruppen med konsumtionslån

Betalningsindikatorn visar även att de som har köpt något som de har sett i sociala medier under den senaste veckan, i betydligt större utsträckning har en utnyttjad kontokredit, konsumtionslån, skulder till släkt och vänner eller avbetalningsplan med ränta.

På totalnivå i Sverige har 25 procent lån utan säkerhet. Bland de som har köpt något efter inspiration i sociala medier under den senaste veckan är motsvarande siffra 43 procent.

Av de som under den senaste veckan har köpt något som de sett i sociala medier, har 27 procent en utnyttjad kontokredit och 13 procent har en avbetalningsplan med ränta. Genomsnittet för Sverige är 13 respektive fyra procent.

Knappt var fjärde i den här gruppen har en eller flera gånger haft svårigheter att betala en faktura på grund av att de har saknat pengar. Åtta procent anger att det har hänt flera gånger.

– Många upplever idag stor press på utseende och tillhörighet, som bekräftas med konsumtion av något slag, vilket är tydligt i det här resultatet. Jag tycker att influencers borde ta ett större ansvar för de ideal man porträtterar gentemot framförallt unga människor, säger Erika Rönnquist Hoh, vd på Lowell Sverige.

Fyra av tio personer som handlat efter inspiration från sociala medier och handlat på någon form av kredit, säger att de tog lånet för att de saknade pengar. Nästan 60 procent av gruppen säger sig även handla för mer än de har råd med. Samtidigt ser vi att andelen svenskar i stort, som konsumerar för mer än ekonomin tillåter, minskar från sista kvartalet 2017 till idag. Om detta kan du läsa mer om i vårt temanummer om [Ekonomisk trygghet](#).