

INTERNET 
STIFTELSEN

Svenskarna och internet

Sammanfattning



2025

En unik undersökning av det digitala Sverige



Detta är en sammanfattning av *Svenskarna och internet 2025*, en unik undersökning av hur vi svenskar använder nätet. I årets rapport tittar vi bland annat på AI-verktyg, sociala medier, kommunikationsappar, falska annonser – och hur internet påverkar våra kärleksliv.

Välkommen till en sammanfattning av *Svenskarna och internet 2025*. I årets upplaga hittar du fakta och insikter om allt från viktiga digitala vardagstjänster till sociala medier, AI-användning, nätdejting och mycket annat.

Du hittar hela rapporten på webbplatsen svenskarnaochinternet.se, både som PDF och webbversion.

Vi är Internetstiftelsen

Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till både människa och samhälle. Genom att bidra med insikter och förståelse för hur internet påverkar individ och samhälle, hoppas vi kunna vara en del av den positiva utvecklingen.

Vår vision är att alla i Sverige vill, vågar och kan använda internet.

Kapitel

- [1. Användning av internet och e-tjänster](#)
- [2. AI – Artificiell intelligens](#)
- [3. Sociala medier](#)
- [4. Annonsbedrägerier](#)
- [5. Dejting och relationer i en digital tid](#)

Kapitel 1: Användning av internet och e-tjänster

I det här kapitlet redovisar vi hur internetanvändandet har utvecklats över tid. Vi undersöker också hur många som använder digitala brevlådor som Kivra och Min myndighetspost, samt e-legitimationer som mobilt Bank-id och Freja e-id. Vidare tar vi reda på hur sjukvårdens e-tjänster och appar underlättar respektive försvårar vid bokning av läkarbesök – och om de får svenskar att avstå från att gå till läkaren.

Fler svenskar är på internet varje dag år 2025

År 2025 använder 97 procent av svenskarna internet, vilket är en marginellt högre nivå jämfört med föregående år. Således är det 3 procent av befolkningen som är 16 år eller äldre som inte använder internet. Den dagliga användningen av internet når i år 93 procent vilket är en liten ökning mot föregående år. I princip alla födda på 60-talet eller senare är på nätet varje dag. Ålder är den faktor som har störst påverkan på internetanvändandet då det i princip uteslutande är svenskar i pensionsåldern som inte är på nätet.

Min myndighetspost tappar användare till Kivra

Allt fler svenskar väljer att skaffa sig en digital brevlåda. I år 2025 använder 76 procent en digital brevlåda vilket är en ökning jämfört mot föregående år. Det är Kivra som står för tillväxten medan Min myndighetspost tappar användare. Kivra dominerar bland de digitala brevlådorna med 71 procent användare bland svenska folket.

Mobilt Bank-id används av nästan alla svenskar

År 2025 använder 95 procent av svenskarna en e-legitimation och i princip alla använder mobilt Bank-id. Mobilt Bank-id står också för den mindre ökning som skett bland andelen användare av e-legitimation sedan föregående år. Praktiskt taget alla som inte använder sig av e-legitimation är 65 år eller äldre.

Digitala vårdtjänster ger en god överblick över lediga läkartider

Nära 4 av 10 uppger att sjukvårdens e-tjänster och appar underlättar tidsbokning av läkarbesök. Fler yngre än äldre ser fördelar och 90-talisterna är mest positiva. Den digitala bokningen uppskattas framför allt för att man slipper sitta i telefonkö, anpassa sig efter telefontider och att den ger en god överblick över bokningsbara tider. Att skriva istället för att prata är också en fördel för de som vill ha historiken dokumenterad och för de med telefonskräck.

Vårdens e-tjänster för tidsbokning upplevs vara svårnavigerade

Fler än var tionde svensk känner att de digitala vårdtjänsterna försvårar tidsbokning för dem. Allra mest drabbade är de i pensionsåldern och i synnerhet de äldsta kvinnorna. De äldre berättar att tekniken är för svår och gör dem otrygga. Yngre är mer frustrerade över att tekniken är "buggig och ofärdig". Både yngre och äldre kan uppleva e-tjänsterna som krångliga och svårnavigerade med "många klick och irrelevanta frågor". Dessutom upplever många att alla lediga tider inte syns online, vilket gör att de ändå måste ringa för att hitta en tid som passar.

Digital tidsbokning försvårar för de som inte vet vad deras symptom beror på

Vårdens e-tjänster kan göra tidsbokning särskilt svårt för de som inte vet vad deras symptom beror på, eftersom de inte vet vilken vårdkategori de ska välja. Även de

som söker vård för en specifik åkomma kan vara kritiska, eftersom de tycker att e-tjänsternas valbara alternativ inte är tillräckliga. Att behöva beskriva sina symptom i text utan motfrågor från en läkare eller sköterska kan också kännas svårt, och många är rädda för att hamna fel och bli "runtskickade".

E-tjänster får de äldsta att vid upprepade tillfällen avstå från att boka läkarbesök

Nästan en fjärdedel av svenskarna har avstått från att boka ett läkarbesök för att hälso- och sjukvårdens e-tjänster och appar upplevs vara för svåra att använda. Bland de äldsta är det vanligt att ha avstått flera gånger. Även unga vuxna, som har vuxit upp med internet, uppger i hög grad att de avstått från att boka läkartid digitalt för att de tycker det är för svårt. Några som är mer drabbade än befolkningen i stort är personer med en funktionsnedsättning samt de som är födda utanför Sverige.

Läs hela kapitlet och ta del av all statistik på svenskarnaochinternet.se.

Kapitel 2: AI – Artificiell intelligens

I det här kapitlet undersöker vi hur utbredd användningen av generativa AI-verktyg är och vilka specifika verktyg som används. För första gången har vi svar från svenskar som är 8 år eller äldre, men har även möjlighet att jämföra mot tidigare år i befolkningen 18–84 år. Barn och ungdomars svar finns också särredovisade i ett eget avsnitt fördelade på olika skolstadier.

I år tar vi reda på vad svenskarna använder AI-verktyg till inom följande områden:

- AI-verktyg istället för Google
- AI-verktyg för hälsorelaterade frågor
- AI-verktyg till text, bild, ljud eller kod
- AI-verktyg för jobb, studier eller privat bruk

Vidare har vi svar på om svenskarna tror att AI kommer att skapa fler arbetstillfällen eller tvärtom orsaka stor arbetslöshet. Vi frågar även de som förvärvsarbetar om de är oroliga att AI ska göra dem arbetslösa. Sedan undersöker vi vilken den största upplevda nyttan med AI-verktyg är, i såväl privatlivet som studielivet och arbetslivet. Avslutningsvis frågar vi de som inte använder AI-verktyg om orsaken till att de väljer att avstå.

ChatGPT dominerar bland AI-verktygen

4 av 10 svenskar som är 8 år eller äldre använder AI-verktyg år 2025. De som är födda på 00-talet, och alltså är mellan 15–25 år, dominerar i användningen av AI-verktyg. Nästan dubbelt så många 00-talister använder AI jämfört med genomsnittet av befolkningen. Det mest populära AI-verktyget är ChatGPT, som drygt var tredje svensk använder. Långt efter på andra plats kommer Copilot, som används av var tionde svensk.

Fler män än kvinnor har hoppat på AI-tåget år 2025

Allt fler svenskar har börjat använda AI-verktyg år 2025. Ökningen mellan år 2024 och 2025 är på 5 procentenheter i befolkningen 18–84 år. Tidigare år använde män och kvinnor AI-verktyg i samma utsträckning, men i år drar männen ifrån kvinnorna. Gapet mellan män och kvinnor är på 7 procentenheter år 2025. Användningen av den

dominerande tjänsten ChatGPT ökar framförallt bland män och i linje med AI-användningen i befolkningen i stort.

AI-verktyg används istället för Google

År 2025 ställer drygt var femte svensk frågor till ett AI-verktyg som de istället skulle kunna använda en sökmotor som Google eller Bing för att besvara. Bland AI-användarna är det drygt hälften som frågar AI istället för att googla. Mest benägna att använda AI-verktyg istället för Google är 00-talisterna.

Var fjärde svensk ställer därtill frågor till AI-verktyg som de bedömer att Google inte skulle kunna besvara. Exempel på sådana frågor, även kallade promptar, finns under avsnittet *AI-verktyg istället för Google* i en mängd olika kategorier.

Unga vuxna rådfrågar AI-verktyg om hälsa och sjukvård

Var femte AI-användare har ställt hälso- och sjukvårdsrelaterade frågor i ett AI-verktyg. Det motsvarar 7 procent av befolkningen. Det är framför allt unga vuxna under 35 år som använder AI som "en doktor". De berättar bland annat om att de beskrivit sina symptom i AI-verktyget för att få en diagnos, bett AI tolka journalanteckningar, provsvar och röntgenbilder, rådfrågat AI om medicinering, bett AI om hjälp med psykisk ohälsa samt ställt frågor om träning, viktning, kost, vitaminer och sömn.

Var sjätte svensk har genererat bilder i AI-verktyg

Det vanligaste att generera, alltså skapa något i AI-verktyg, är olika former av textbearbetningar vilket 3 av 10 svenskar gör. Det kan till exempel vara sammanfattningar av stora texter som rapporter, generering av ny text som ett CV eller instuderingsfrågor, översättningar och korrekturläsning av text. Var sjätte svensk har genererat bilder, men endast några få procent har genererat programmeringskod, filmer eller ljud som musik och tal.

AI-verktyg besvarar komplexa frågor och stöttar som en vän

Generellt sett ser AI-användare stor nytta med att AI kan besvara komplexa frågor med skraddarsydda svar, att det går att diskutera med AI-verktyget och att det kan förklara pedagogiskt på den nivå man önskar. De värdesätter att verktyget ställer fördjupande frågor och att de kan återuppta samma diskussion långt senare. Många uppskattar att använda ett AI-verktyg som bollplank eller idégenerator. En del ser även AI-verktyget som en stöttande vän som "alltid är tillgänglig i fickan".

Många har stor nytta av AI-verktyg i sin vardagsplanering

De allra flesta AI-användare som är 18 år eller äldre använder AI-verktyg för privat bruk. I privatlivet anses en av de största vinsterna med AI-verktyg vara nya insikter i allt från samhällskonflikter, historiska skeenden, filosofiska eller religiösa fenomen, till mer praktiska frågor om exempelvis sin egen hälsa och välmående. AI-användare ser också stor nytta med att kunna använda AI-verktygen för planering i vardagen som för måltidsplaner, reseplanering och träningsscheman. En stor fördel är också kreativa nöjen som att skapa roligt innehåll på sociala medier, redigera bilder, få inspiration till matlagning eller att generera godnattsagor och quiz.

Majoriteten av de som studerar använder AI-verktyg i sina studier

Två tredjedelar av de studerande som är 18 år eller äldre använder AI-verktyg i sina studier. Deras största upplevda nytta med AI-verktyg i studier är att AI snabbt kan sammanfatta långa artiklar, forskningsrapporter eller kursmaterial vilket frigör

tid åt det faktiska lärandet. Många värdesätter också AI-verktygens förmåga att förklara och ge precisa svar vilket leder till en djupare förståelse. Därtill kan AI-verktyget skapa instuderingsfrågor, hjälpa till med problemlösning och ge tips på minnestekniker för att kunskapen ska fästa.

Mer än var fjärde som arbetar använder AI-verktyg i sitt jobb

Drygt en fjärdedel av de som förvärvsarbetar och mer än 4 av 10 tjänstemän har använt AI i jobbsammanhang. I arbetslivet upplevs den största fördelen vara att AI-verktyg snabbt kan sammanfatta och hitta relevant information i rapporter eller datamängder. Många uppskattar också att kunna bearbeta arbetsmaterial i AI-verktyg som omformuleringar, översättningar eller felsökningar. Eller att generera nytt innehåll som protokoll, illustrationer, presentationer, e-postmeddelanden, programmeringskod eller undervisningsmaterial. De ser också stor nytta med att AI-verktyg hjälper dem att komma igång, öka produktiviteten och "få mycket mer gjort".

Hälften av 00-talisterna tror att AI kommer att orsaka stor arbetslöshet

Var tredje svensk tror att AI kommer att orsaka stor arbetslöshet. Nästan lika många tror istället att AI kommer skapa nya yrkesroller och därmed nya arbetstillfällen. Bland de som har använt AI-verktyg är det dubbelt så många som är positiva jämfört med de som inte har använt AI-verktyg (än). Det negativa perspektivet är vanligare bland lågutbildade, landsbygdsbor och personer med arbetaryrken. Mest benägna att tro att AI kommer att orsaka arbetslöshet är dock 00-talisterna där uppemot hälften är av den uppfattningen.

Bland förvärvsarbetande är unga på landsbygden mest oroliga för att AI ska göra dem arbetslösa

Bland de som förvärvsarbetar är 7 procent oroliga för att AI kommer att göra dem arbetslösa. Ju yngre de förvärvsarbetande är, desto fler är det som är oroliga. Framför allt känner yngre förvärvsarbetande på landsbygden oro för att bli arbetslösa på grund av AI. Mer än dubbelt så många yrkesverksamma landsbygdsbor som är födda på 80-talet eller senare är oroliga, jämfört med den förvärvsarbetande befolkningen i stort.

Fler barn än vuxna använder AI-verktyg

En bra bit över hälften – hela 57 procent – av barn i åldern 8–19 år använder AI-verktyg, vilket utklassar vuxna som är 20 år eller äldre med 20 procentenheter. ChatGPT är det AI-verktyg som används av flest barn och ungdomar, följt av My AI, ett AI-verktyg i Snapchat. Användningen av AI-verktyg är som störst på högstadiet och gymnasiet. Ungdomarna på högstadiet har i år kommit ikapp de på gymnasiet. Likaså börjar flickorna i år komma ikapp pojkarna i AI-användning, och framför allt med att använda ChatGPT.

Hälften av gymnasieungdomarna använder AI-verktyg istället för att googla

Var tredje barn i åldern 8–19 år ställer frågor till ett AI-verktyg som de istället skulle kunna använda en sökmotor som Google eller Bing för. Mest benägna är gymnasieungdomarna, varav hälften använder AI-verktyg istället för att googla. Nästan var tredje barn ställer också frågor till AI-verktyg som de bedömer att Google inte kan besvara. Exempel på sådana frågor, även kallade promptar, finns under avsnittet *Barn och ungdomars användning av AI-verktyg*, både för läxor och skolarbete och för fritiden.

Barn genererar olika textbearbetningar i AI-verktyg

Fler barn än vuxna genererar textbearbetningar i AI-verktyg. Uppemot 4 av 10 barn i åldern 8–19 år har genererat textbearbetningar jämfört med knappt 3 av 10 vuxna som är 20 år eller äldre. Den vanligaste textbearbetningen som barn gör i AI-verktyg är att sammanfatta större texter, följt av att generera nya texter. Nästan vart femte barn har genererat bilder med AI-verktyg.

Yngre barn gillar att använda AI-verktyg som en kompis

Det är framför allt yngre barn i låg- och mellanstadieåldern som ser den största nyttan med AI-verktyg kopplad till fritiden. De uppskattar att använda AI-verktyg för att skapa sagor, bilder och musik. De gillar också att använda AI-verktyget som en kompis som de kan skoja och leka med. Om nätterna när vännerna sover pratar de istället med AI-verktyget. Ungdomar värdesätter att få tips och råd från AI om allt från e-handel till vad de ska ha på sig.

Barn ser stor nytta med att AI kan förklara skoluppgifter för dem

Bland högstadieungdomar har användningen av AI för läxor och skolarbete dubblats i år, de använder numera AI lika mycket för skolan som på fritiden. På gymnasiet är det i år fler ungdomar som använder AI för skolarbete än på fritiden. År 2024 var förhållandet det motsatta. Enligt barnen är den största nyttan med AI kopplad till skolan att verktygen kan förklara skoluppgifter på ett lättförståeligt och anpassat sätt, sammanfatta kurslitteratur, generera provfrågor att öva sig på och ge förbättringsförslag på inlämningsuppgifter. Några barn erkänner att de använder AI för att fuska medan andra betonar det motsatta, att de enbart använder tekniken för att plugga smartare.

Många använder inte AI-verktyg för att de inte vet vad skillnaden är mot att googla

Mer än hälften av befolkningen har inte använt AI-verktyg. Skälen till att avstå är många. En del vet inte vad AI-verktyg är för något. Andra vet inte hur man gör för att komma igång. En hel del vet inte vad de ska använda AI-verktygen till och tycker att det går lika bra att googla. Många vet inte heller vad skillnaden är mellan Google och AI-verktyg. Det finns också en oro för att AI "hallucinerar" och ger felaktiga svar, saknar källhänvisningar eller kränker den personliga integriteten.

Några avstår av principskäl som att AI-verktyg förstör klimatet, kränker upphovsrätten och orsakar arbetslöshet. Vissa tror att AI är fördummande för oss människor, både språkligt och kognitivt, och andra anser att AI är farligt om det hamnar i orätta händer, eller får makt att ta över världen. En del får inte använda AI för sin arbetsgivare och en del barn får inte för sina föräldrar. Det finns studerande i alla åldrar som avstår eftersom AI kan betraktas som fusk.

Läs hela kapitlet och ta del av all statistik på svenskarnaochinternet.se.

Kapitel 3: Sociala medier

I det här kapitlet visar vi hur många som använder olika sociala medier och digitala kommunikationstjänster och om de har ökat eller minskat. Vi undersöker också hur många som regelbundet gör egna inlägg på sociala medier och hur detta utvecklats sedan föregående år. Vi sätter även strålkastarljuset på Roblox, en populär plattform

bland barn och ungdomar. Vilka umgås barn med på Roblox, köper de Roblox digitala valuta Robux och vad är det bästa respektive sämsta med Roblox?

Vidare tittar vi närmare på vilka som tidigare använt X/Twitter, Snapchat, Facebook, Instagram och Tiktok, men inte längre gör det och varför de har hoppat av. Barn och ungdomar redovisas även separat i ett eget avsnitt fördelat på de olika skolstadierna.

År 2025 är de fem största sociala medierna Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat och LinkedIn

De fem största sociala medierna bland svenskar är Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat och LinkedIn. Den dagliga användningen har en annorlunda ordning och en ny tjänst på femte plats; Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat och Tiktok.

Bland yngre ser ordningen på topp fem annorlunda ut. Tittar vi på de som är födda på 2000-talet och alltså är 25 år eller yngre, ligger följande sociala medier i topp; Youtube, Snapchat, Instagram, Tiktok och Facebook. För den dagliga användningen är ordningen annorlunda; Snapchat, Youtube, Instagram, Tiktok och Facebook.

De fem sociala medier som ligger i topp bland de som är äldre än 25 år är Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn och en delad femteplats mellan Flashback och Snapchat. För den dagliga användningen är ordningen nästan densamma initialt men ändrar sig mot slutet; Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat och så en delad femteplats mellan LinkedIn och X/Twitter.

Threads växer mest av alla sociala medier år 2025

År 2025 ökar två sociala medier – Threads och Bluesky och två minskar – X/Twitter och Be Real. År 2025 använder 7 procent av svenskarna Threads, vilket är tre gånger fler än år 2024. Bluesky används år 2025 av 2 procent, jämfört med avrundat 0 procent år 2024. Be Real fortsätter att minska och är i år 2025 nere på endast 3 procent användare. X/Twitter är dock den tjänst som minskar mest – från 18 procent år 2024 till 15 procent år 2025. I ett längre perspektiv har både LinkedIn och Roblox en successivt ökande trend, och Youtube en successivt minskande trend. Facebook ligger på en stabil nivå i år jämfört med föregående år, efter att tidigare gradvis ha minskat i daglig användning.

Whatsapp ökar stort

Facebook Messenger är den kommunikationsapp som flest svenskar använder. 2 av 3 svenskar har använt Facebook Messenger år 2025 och användningen ligger stabil över tid. Hälften av svenskarna använder Whatsapp, som istället ökat stort varje år sedan 2022. Bland barn och ungdomar är det fler som använder Whatsapp än Facebook Messenger. Discord används av 15 procent av svenskarna, men i högre grad bland barn och ungdomar. Endast några få procent använder Signal och Telegram.

Svenskar lämnar X/Twitter på grund av Elon Musk

Mer än var tionde – 13 procent – har någon gång tidigare använt X/Twitter men lämnat tjänsten. Andelen avhoppare är nästan lika många som andelen användare av X/Twitter år 2025. X/Twitter verkar vara en plattform där många är inne och vänder. Bland kvinnor är det till och med fler som en gång tidigare har varit användare, än som använder X/Twitter idag. Ett av de vanligaste skälen till att sluta använda X/Twitter är Elon Musks ägarskap.

Mobbing och integritetskränkningar är skäl till att lämna sociala medier

Knappt var tionde har någon gång använt Snapchat, men därefter valt att hoppa av. Facebook, Instagram och Tiktok har något färre avhoppare. Skälen är många och både lika och olika. Snapchats meddelanden som försvinner upplevs försvåra seriösa konversationer, Facebook är full av "gamlingar och reklam", Instagram speglar inte verkligheten och Tiktok är en "kinesisk spionapp". Gemensamma skäl till att lämna flera av tjänsterna är bland annat integritetskränkningar, mobbing, mental ohälsa, utseendefixering och "ägare med unkna värderingar".

Allt färre unga män gör egna inlägg på sociala medier

Inte ens hälften – 45 procent – av svenskarna gör regelbundet egna inlägg på sociala medier år 2025. Betydligt fler kvinnor än män gör inlägg på sociala medier. Den tjänst där flest svenskar gör inlägg är Instagram, följt av Facebook och Snapchat. Jämfört med föregående år har det skett en minskning i att göra egna inlägg. Det är framför allt många unga män som slutat att göra egna inlägg och detta främst på Snapchat. Även bland äldre män gör något färre egna inlägg och framför allt har män födda på 70-talet slutat att göra inlägg på Facebook. Kvinnor gör egna inlägg i ungefär samma utsträckning som föregående år.

Barn på mellanstadiet hänger med kompisar de inte känner IRL på Roblox

Roblox, en plattform där det finns många olika spel, används främst av barn och ungdomar. Nära hälften av barnen i åldern 8–19 år använder Roblox, vilket kan jämföras med endast 1 procent av de vuxna som är 20 år eller äldre. Enligt barnen är det bästa med Roblox att de kan spela tillsammans och umgås med andra. 4 av 10 barn hänger med kompisar på Roblox och 1 av 10 barn hänger med sådana som de inte känner IRL, alltså i livet utanför nätet. Barn på mellanstadiet umgås mest av alla på Roblox. Det sämsta med Roblox enligt barnen är att andra kan vara dumma, men också att saker kostar Robux, en valuta som går att köpa på plattformen. Även att köpa Robux är vanligast bland barn på mellanstadiet.

Användningen av sociala medier minskar bland barn på lågstadiet

Sedan 2023 har användningen av sociala medier bland lågstadiebarn gradvis minskat, från 97 procent 2023 till 91 procent 2025. Framför allt minskar den dagliga användningen, vilken går från 75 procent år 2023 till 54 procent år 2025. Detta är ett trendbrott mot hur utvecklingen såg ut från år 2021 till 2023 då användningen av sociala medier successivt ökade bland lågstadiebarn. Det är framför allt användningen av Tiktok som har minskat bland lågstadiebarn sedan 2023. Även Roblox och Youtube tenderar minska, dock ej signifikant.

X/Twitter, Reddit och Be Real minskar bland gymnasieungdomar

Youtube är den tjänst som flest barn och ungdomar använder oavsett ålder. Barn i lågstadieåldern använder framför allt fem sociala medier; Youtube, Roblox, Snapchat, Tiktok och Instagram. I mellanstadieåldern börjar barnen även använda Pinterest, Twitch och Facebook. Roblox når numera sin toppnivå på 71 procent användare bland mellanstadiebarn. I högstadieåldern används i princip alla sociala medier utom Flashback som först börjar användas av gymnasieungdomar. Gymnasieungdomar använder i princip alla sociala medier, fast i olika grad. Tiktok får i år sin toppnotering

på 78 procent bland gymnasieungdomar. Färre på gymnasiet använder X/Twitter, Reddit och Be Real år 2025 jämfört med föregående år.

Läs hela kapitlet och ta del av all statistik på svenskarnaochinternet.se.

Kapitel 4: Annonnsbedrägerier

I det här kapitlet tar vi reda på hur många som har sett en bluffannons på sociala medier under det senaste året samt hur många som också har blivit utsatta för ett bedrägeri. Vi har dessutom frågat svenskarna vad bluffannonssen avsåg, hur de upptäckte att det var en bluff och på vilken social medieplattform de såg den.

Vi tar även reda på hur många av de som har sett en bluffannons som också anmält annonsen till den sociala medietjänst där den förekom och vilka anledningar som kan finnas till att inte göra en anmälan. Slutligen har vi undersökt hur många som avstått från att köpa en produkt de varit intresserade av och sett i en annons på sociala medier, eftersom de misstänkt att det var en bluffannons.

Mer än hälften har sett en bluffannons och 3 procent har blivit utsatta för ett annonsbedrägeri

6 av 10 svenskar har sett en bluffannons på sociala medier under det senaste året. 3 procent av svenskarna svarar att de också blivit utsatta för ett annonsbedrägeri under det senaste året. Män i pensionsåldern är den grupp där flest blivit drabbade, dubbelt så många som genomsnittet.

Det vanligaste sättet att upptäcka en bluffannons är att erbjudandet verkar vara för bra för att vara sant

När det gäller hur man upptäcker en bluffannons, så är det vanligaste svaret att det är genom att erbjudandet uppfattas som för bra för att vara sant. Vad annonserna avser varierar stort, men de handlar oftast om mode som kläder, skor och väskor, eller olika investeringsmöjligheter såsom i kryptovaluta. Facebook är den sociala medietjänst som oftast nämns som platsen där man sett en bluffannons, följd av Instagram.

Endast en tredjedel av de som sett en bluffannons har också gjort en anmälan

Även om många sett en bluffannons är det långt ifrån alla som anmäler den. Bland de som har sett en bluffannons under det senaste året är det endast en tredjedel som under samma tidsperiod har anmält en annons till den sociala medieplattform där den fanns. Benägenheten att anmäla är som lägst bland de äldre.

En orsak till att inte anmäla en bluffannons är att det känns meningslöst

Att inte orka, inte bry sig eller att inte ha tid är tillsammans de vanligast förekommande skälen till att inte anmäla bluffannonser på sociala medier. Många tycker också att det känns meningslöst att anmäla, till exempel för att de som driver de sociala medierna inte lyssnar och att en anmälan inte leder till något.

Många väljer bort att köpa en produkt eftersom de misstänker att den visas i en bluffannons

Förekomsten av bluffannonser påverkar hur benägen man är att genomföra ett köp av produkter som visas i annonser på sociala medier. En tredjedel av svenskarna har under det senaste året avstått från att köpa en produkt de varit intresserade

av eftersom de misstänkt att produkten visas i en bluffannons. Bland 70-talister är beteendet vanligast, bland dessa har nästan hälften avstått från att köpa. Det är även fler kvinnor än män som avstått från köp.

Läs hela kapitlet och ta del av all statistik på svenskarnaochinternet.se.

Kapitel 5: Dejting och relationer i en digital tid

I det här kapitlet följer vi upp hur många som nätdejar år 2025 jämfört med år 2022. Vi undersöker om svenskar föredrar att få kontakt med potentiella partners online via nätdejting eller offline, alltså "IRL" i livet utanför nätet. Googlar man sin nät dejt innan man träffas IRL och i så fall – vad är det man vill ta reda på? Kan man tänka sig att använda ett AI-verktyg i dejtingappen – och i så fall till vad?

Vidare undersöker vi hur många av de som är i en relation som oroar sig för att deras partner chattar med andra bakom ryggen på dem, så kallad mikrootrohet. Vi har också frågat hur många som snokar i sin partners mobil, spårar sin partner genom platsdata i mobilen samt hur många som är emot att deras partner följer sina ex på sociala medier.

Unga ratar dejtingapparna

Det råder obalans mellan antalet män och kvinnor på nätdejtingtjänsterna. Betydligt fler män än kvinnor nätdejar år 2025 och skillnaden är som störst bland de över 50 år. Nätdejtingen har dock främst minskat bland yngre och framför allt bland unga vuxna (16–34 år). I år nätdejar totalt sett 18 procent av singlarna jämfört med 27 procent år 2022. Denna trend kan bero på att de flesta svenskar föredrar att få en första kontakt med potentiella partners offline, alltså i livet utanför nätet, istället för online via nätdejting. Denna preferens gäller även de som faktiskt nätdejar.

Nätdejen googlas för att få identitet och bilder bekräftade

De flesta som nätdejar brukar googla sin dejt innan de möts IRL. Man vill försäkra sig om att det inte är en fejkprofil, att bilderna på personen är äkta, att personen verkligen är singel och har uppgett sin sanna ålder, utbildning och yrke. Man är också nyfiken på om man har gemensamma vänner med dejen på sociala medier samt vilken livsstil, politisk åskådning och intressen personen har. En hel del söker rätt på dejets hemadress och några tar även reda på om det finns ett kriminellt förflutet genom domar.

Fler män än kvinnor vill hitta "rätt partner" med hjälp av AI i dejtingapparna

Drygt 4 av 10 av de som nätdejar kan tänka sig att ta hjälp av ett AI-verktyg i en dejtingapp. Det är betydligt mer intressant bland män än kvinnor. Mer än dubbelt så många nätdejtande män som kvinnor kan tänka sig att ta hjälp av AI för att hitta "rätt" partner för dem i apparna. Fler män än kvinnor som nätdejar kan också tänka sig att använda AI-verktyg för att få tips på samtalsämnen.

Yngre oroar sig för mikrootrohet och kollar sin partners mobil

Var tionde som är i en relation oroar sig för mikrootrohet, alltså att deras partner ska chatta med någon bakom deras rygg. Fler kvinnor än män oroar sig för mikrootrohet. Mer än dubbelt så många kvinnor som män i en relation brukar också kolla sin partners mobil av rädsla för otrohet. Däremot är det ungefär lika många män som kvinnor som tar del av sin partners platsdata genom mobilen, vilket drygt var femte

gör. Ju yngre personen är, desto vanligare är oro för mikroortrohet, att kolla sin partners mobil och att följa sin partner genom platsdata i mobilen.

Dubbelt så många kvinnor som män googlar sina ex

Var femte svensk googlar sina ex. Dubbelt så många kvinnor som män kollar upp sina ex på nätet och det är framför allt något som personer under 50 år ägnar sig åt. Det är allra vanligast bland unga kvinnor att googla sina ex och kontrasten är stor mot de jämnåriga männen. Denna fördelning gäller även de som lever i en relation.

Äldre är emot att deras partner följer sina ex på sociala medier

Det råder delade meningar om det är okej för en partner att följa sina ex på sociala medier eller ej. Nära 4 av 10 tycker att det är okej men drygt 3 av 10 anser istället att det inte är okej eller är tveksamma till det. Det är framför allt äldre, främst de i pensionsåldern, som ogillar att deras partner följer sina ex. Fler kvinnor än män är också emot detta. Störst samsyn har män och kvinnor i yngre medelåldern (35–49 år) som också är mest okej med att deras partner följer sina ex på sociala medier.

Läs hela kapitlet och ta del av all statistik på svenskarnaochinternet.se.

Information och vidare läsning

Om undersökningen

För samtliga studier har Internetstiftelsen anlitat undersökningsföretaget Novus för datainsamling som ägde rum under januari 2025. Majoriteten av vår data är insamlad i Studie 1 (n=3 362) i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, med en deltagarfrekvens på 60 procent. Resultatet är viktat mot SCB vad gäller kön, ålder, utbildning, geografi.

På vår webbplats svenskarnaochinternet.se hittar du [information om metod och urval](#), samt [tabellbilaga och frågeformulär](#).

Författare

Svenskarna och internet 2025 är skriven av Jenny Andersson, Insight Manager på Internetstiftelsen, och Tobias Wranger, Insight Manager på Internetstiftelsen med hjälp av Jakob Bäck, Digital Content Specialist, på Internetstiftelsen.

Upphovsrätt

Texten och bilderna i *Svenskarna och internet 2025* skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons, Erkännande 4.0 Internationell.

Graferna i rapporten tillhandahålls med Creative Commons licensen CC0 1.0 Universiell.

Läs hela undersökningen Svenskarna och internet 2025

Ta del av hela undersökningen *Svenskarna och internet 2025* med all data, insikter och statistik på vår webbplats svenskarnaochinternet.se.

Detta är en sammanfattning av *Svenskarna och internet 2025*, en unik undersökning av hur vi svenskar använder nätet. I årets rapport tittar vi bland annat på AI-verktyg, sociala medier, kommunikationsappar, falska annonser – och hur internet påverkar våra kärleksliv.

Svenskarna och internet är en studie som genomförs av Internetstiftelsen. Med undersökningen vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Vår vision är att alla i Sverige vill, vågar och kan använda internet.

Exempel på våra satsningar är:

- Rapporten *Svenskarna och internet*
- Rapporten om ungas digitala liv, *Barnen och internet*
- Lärresursen *Digitala lektioner*
- Konferensen *Internetdagarna*
- Folkbildningssatsningen *Internetkunskap*
- Start- och mötesplatsen *Goto 10*
- Det digitala museet *Internetmuseum*
- Mätverktyget *Bredbandskollen*

