

7 generationer

Værdier, forbrug og levevis nu og i fremtiden

Marianne Levinsen

1919-1939: Generation Mellemlidende
1940-1954: Generation-
68 / 1955-1966: Genera-
tion Jensen / 1967-1979:
: Generation X / 1980-1989:
2001: Generation Y / 1990-
-2012: De unge på vej,
New Millennium og Gen-
eration Next /

fremforsk

Indhold

HVORFOR DENNE BOG? 9

Generationsbegrebet 10

Opbygning 11

Bogens målgrupper 12

MEGATRENDS, LIVSFASER OG GENERATIONER 13

Globalisering – den øgede påvirkning af os på mange fronter 15

Digitaliseringen – en ny futurisme 16

Individualisering – fra samfund mod os selv og vores egne! 18

Rigdom – sundhed og bæredygtighed smelter sammen 19

De nye livsfaser og generationer 20

Nye livsfaser 21

GENERATION MELLEMKRIG (1919-1939) 25

Datidens befolkning og generationens størrelse 26

Fra 1920'ernes optimisme til økonomisk krise og gryende krig 27

Hvordan husker generationen opvæksten? 28

Elektricitet, radio og nye transportmidler 30

Generation Mellemkrig i dag 31

Bolig og indretning – så længe det virker 32

Forbrug – pris, madspild og en pæn fremtoning 33

Familien og fritidslivet med de højt skattede venner 34

Rejser – globetrotter versus hjemmefødning 35

De ydmyge borgere – en del digitale analfabeter 36

Økonomi og arv – de fornuftige 37

Livet og fremtiden 38

GENERATION 68 (1940-1954) 41

Fra krigens mørke til spirende optimisme 43

TV, telefon og p-piller 45

De uddannede og hårdtarbejdende arbejdsbier 45

Velfærdstatens grundlæggere og oprør 48

Nutidens 68'ere – hverdagen på vej ud af arbejdsmarkedet 49

Fanden er løs – 68'erne bliver de nye ældre 49

Boligmarkedets uberegnelige teenagere 50

De pris- og kvalitetsbevidste forbrugere 51

Shopping skal være en god oplevelse 52

Digitale færdigheder og e-handel 53

Forbrug og seniorliv 54

Familie og arv 55

Fremtiden og sundheden 56

GENERATION JENSEN (1955-1966) 59

- Fra konservativ forsigtighed til højkonjunktur 60
- TV'et, båndoptageren og især køleskabet stormer ind i de danske hjem 62
- Ungdom og opvækst i 1970'erne og 1980'erne 62
- Generation Jensen i dag – de idealistiske realister 65
- Arbejdsliv – samfund og pragmatisme 65
- Kernefamilien, ja tak 67
- Det rigtige forbrug – sundhed, kvalitet og design 68
- Boligen – kvalitet og design 69
- De digitale indvandrere som borgere 70
- Fremtid med en ny start 70

GENERATION X (1967-1979) 73

- Økonomisk optur og opgør med autoritære strukturer 74
- Velfærdsstat, jordskredsvalg, Europa og økonomisk krise 76
- Datidens teknologi – mikrochips, computer(spil) og videomaskine 77
- Ungdom, uddannelse og arbejdsmarked 78
- Nutidens Generation X – selvsikre og udadvendte 79
- Arbejdsliv – resultater og personligt ansvar 79
- Familien frem for alt 81
- Generation X som borgere 83
- Forbrug og jagten på det sunde liv for familien 84
- Boligen – design- og mærkevareentusiaster 85
- Fremtiden – "I did it my way" 86

GENERATION Y (1980-1989) 89

- Fra kold krig til et genforenet Europa 90
- Schlüter og økonomisk smalhals 91
- 1980'ernes teknologi – Walkman, Movieboks, Dankort, CD og mobiltelefon 92
- Ungdom, uddannelse og arbejdsmarked 93
- Nutidens Generation Y – de socialt digitale indfødte zappere 95
- Arbejdslivet – optimisme og store forventninger 96
- Fritiden – hvad fanden er fritiden 99
- Første generation af digitale borgere 100
- Forbrug i form af dagligvarer og shopping 100
- Boligen – pris, kvalitet og et nemt liv 102
- Fremtiden – hvad ser de frem til? 103

GENERATION Z (1990-2001) 107

- Den Kolde Krig sluttede 108
- Økonomisk fremgang og globalt engagement 109
- Dogme, reality og avantgarde 109
- Opvækst i 1990'erne og 2000'erne 110
- Den individuelle skole 111

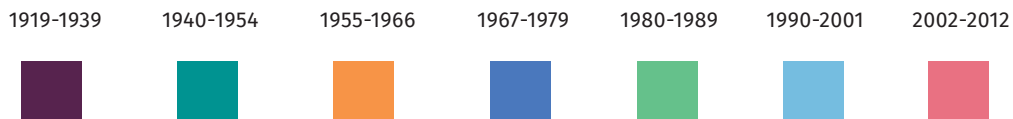
Venner frem for alt	111
Internet, spil og sociale medier	112
Ungdom og finanskrise	115
Generation Z og arbejdspladsen – drømmen om en plads i solen	116
De mange valg og eget ansvar	117
Forventninger til arbejdspladsen – i den gode sags tjeneste	117
Dagligvarer: “Hov – hvad mangler jeg i dag?”	118
Det sociale forbrug og samvær	119
Indkøb skal være nemt og bekvemt	120
Som borgere – sørg for, at jeg straks får hjælp	121
Fremtidsdrømme	121

GENERATION NEW MILLENNIUM OG LIDT OM GENERATION NEXT (født efter 2002) 125

New Millennium født i perioden 2002 til 2012	125
Verden i 2000'erne – krig mod terror	126
Dansk politik og økonomi	127
Opvæksten – et polariseret årti	128
De teknologiske nybrud – smartphonen	128
Institution og skole – individ, performance og styring	129
Nutidens og fremtidens Generation New Millennium	129
Generation Next født fra 2012 og fremefter	131
Verden i overgangsfase	132
Den nye verdensorden	132
Danmark siden 2012 – krise og nødvendighedens økonomiske politik	133
Inklusion og heldagsskolen i 2010'erne	133
Futurismens årti – Big Data, førerløse biler, robotter og kunstig intelligens	134

FREMTIDENS GENERATIONER – detailhandel, arbejdspladsen og offentlige systemer 137

Generationer, forbrug og service	138
Detailhandlens udfordringer nu og i fremtiden	141
Nutidens og fremtidens arbejdsplads	142
Generationer og arbejdspladsen	143
Arbejdspladsen og de mange udfordringer i fremtiden	144
De danske velfærdssystemer	146
Generationerne og den offentlige sektor	146
Den offentlige sektor og de mange udfordringer	148



HVORFOR DENNE BOG?

Der er store forskelle mellem den generation, som er født før, og den generation, som er født under og efter 2. Verdenskrig. De ser helt forskelligt på samfundet og verden. / Rasmus Levinsen (min far)

I mange år forstod jeg ikke rigtigt, hvad min far mente. For 10 år siden hørte jeg så et foredrag af trendforskeren David Shah, som redegjorde for forskelle i forbrug og værdisæt mellem generation *Baby Boomers* – også kaldet *68'erne* – og *the Jones*. Hans pointe var, at de havde vidt forskellige ønsker til produkter, butikkers indretning og service.

David Shah bekræftede min fars påstand om, at hver generation formes af den tid og de vilkår, som de blev født i og voksede op under, og som i høj grad påvirker os som mennesker og den måde, vi ser verden og samfundet på.

På den baggrund blev jeg meget optaget af at arbejde mere metodisk med generationsbegrebet, og vi begyndte i virksomheden Fremforsk systematisk at gennemføre personlige dybdeinterviews med forskellige generationer i samfundet om forbrug, bolig, værdier og fremtiden.

Flere hundrede interviews med danskere mellem 14 og 91 år om ønsker til bolig, bopæl, bosætning og energi m.v. i perioden 2005 til 2017¹ bekræftede os i, at der faktisk var grundlag for at arbejde med generationer som en ramme for forståelse af danskernes forbrug, værdier og syn på samfundet. Vi er således i besiddelse af en guldgrube af personlige interviews og viden om mange forskellige danskere i mange forskellige sammenhænge.

Der er udgivet flere bøger om unge kaldet *Generation Z*, *Y* eller *Digitale Indfødte* samt 68-generationen, men ingen bog, som beskriver alle de generationer, der findes i samfundet. Derfor vil jeg i denne bog give et samlet billede af alle generationer gennem 100 år i det danske samfund.

Det samlede billede giver os et særligt indblik i, hvordan vi generation for generation er vokset op og formet af meget forskellige vilkår og tilgængelig viden om verden omkring os.

Jeg har de sidste 10 år formidlet disse generationsportrætter i foredrag i stort set alle brancher, og flere gange har jeg hørt: "Åh, nu forstår jeg min lillebror eller kæreste, og hvorfor vi tænker forskelligt." For mange åbner det øjnene for, at en bestemt måde at sælge, formidle eller motivere på ikke er gangbar over for alle, når vi lever i et samfund med så forskellige generationer af kunder og borgere.

Mit mål med bogen er derfor, at den vil give de forhåbentlig mange læsere en bredere forståelse af samfundet, generationerne og deres forskelligheder. Ikke mindst, hvordan sociale og samfundsmæssige strukturer er med til at forme den måde, vi er og agerer på som mennesker, forbrugere og borgere i nutidens og fremtidens samfund.

Det vil jeg gøre ved at portrættere de forskellige generationer i det danske samfund – fra de yngste født i det nye årtusinde til de ældste født mellem 1. og 2. Verdenskrig i sidste århundrede – og derigennem give et nuanceret indblik i vores egne og andre generationer. Hvad vi er formet af, og hvordan det kommer til udtryk i vores forbrug, boligvalg, på arbejdspladsen og som borger?

Generationsbegrebet

Tilgangen er sociologisk, som til forskel fra en ren psykologisk eller biologisk tilgang hviler på den forudsætning, at samfund, strukturer og vilkår er med til at forme os som mennesker med hensyn til vores valg, muligheder og det værdisæt, vi har eller får.

"En generation udgøres af dem, der modtager samme indtryk gennem deres opvækstår. I den forstand består en generation af en snæver kreds af individer, som udgør en holistisk enhed via deres afhængighed af de samme historiske begivenheder og erfaringer, som de erfarede under opvæksten."²

Begrebet er mere fleksibelt end f.eks. et menneskes alder eller livsfase, livsforløb eller kohorte.³ Fordelen ved begrebet er, at man kan anvende det på forskellige niveauer bl.a. på familieniveau, samfundsniveau og tematisk på mange områder fra det kulturelle til det økonomiske. I mange sammenhænge er

begrebet blevet brugt til at illustrere forskelle mellem forskellige generationer med et bestemt tidsrum imellem sig, som f.eks. barndom i forskellige generationer med en tidsperiode på ca. 25 til 30 år.

Her i bogen vil generationsbegrebet blive brugt som ramme til forståelse af den enkelte generation. Rammen er den historiske kontekst, vilkår i skole og samfund samt teknologiske nybrud, som har været med til at påvirke hver generation. Jeg vil lægge vægten på opvækst, barndom og især ungdommen fra 15 til 30 år, fordi det er de perioder af livet, hvor vi er mest påvirkelige, og hvor vores værdisæt skabes.

Hver generation vil jeg definere som en gruppe af mennesker født i en afgrænset historisk periode. F.eks. er 68-generationen de mennesker, som er født i perioden 1940 til 1954. Andre generationer er afgrænset ud fra historiske begivenheder, f.eks. starter *Generation Z* efter murens fald i 1989 og slutter den 11. september 2001, hvor *Generation New Millennium* begynder. Internationalt og nationalt kan man finde mange definitioner på generationer, og der er ikke en autoriseret metode, hvorpå man definerer den enkelte generation.

Vi har valgt et interval på ca. 10 år især med de yngre generationer, da der simpelthen sker for meget på f.eks. det teknologiske område, som ikke gør det muligt for dem over 20 at have en fælles ramme for skole, teknologi og opvækst.

Nogle vil i læsningen af denne bog føle sig mere knyttet til generationen før eller efter den generation, som de er placeret i. Det er fordi påvirkningen og generationsbegrebet netop er mere fleksibelt end bestemte fødselsår, og mennesker før og efter den tidsperiode, som vi har valgt, kan føle sig mere knyttet til og påvirket af samfund og strukturer, som den generation, der er før eller efter dem.

Opbygning

Efter dette indledende kapitel om generationsbegrebet, formål og opbygning af bogen samt bogens målgrupper, vil jeg i kapitel 2 beskrive de megatrends i samfundet, som påvirker og ændrer os og vores adfærd uanset den generation, vi tilhører. Det drejer sig bl.a. om individualisering, digitalisering og globalisering m.v. Denne type af analyse er horisontal, fordi megatrends påvirker mennesker på tværs af de generationer, som de tilhører. Dog vil jeg også anskueliggøre, at megatrends har forskellig grad af indflydelse afhængigt af, hvilken generation man tilhører i samfundet.

Derefter følger syv selvstændige kapitler, hvor Generation Mellemlig, Generation 68, Generation Jensen, Generation X, Generation Y, Generation Z og Generation New Millennium portrætteres med fokus på opvækst, uddannelse, arbejde og bolig, så vi får et nuanceret billede af hver enkelt generation.

Hver generations kapitel vil indeholde to dele: en historisk del med vægt på den historiske kontekst for generationens opvækst og ungdom i form af en beskrivelse af tidens markante historiske og politiske begivenheder, relevante forhold på arbejdsmarkedet samt teknologiske nybrud. Herefter en nutidig del, som beskriver generationen i dag, deres forhold til arbejde, familie, forbrug i bred forstand samt bolig og fremtiden.

I det afsluttende kapitel vil jeg analysere, hvordan generationsforskellene har betydning for den måde, detailhandlen, arbejdsgivere og offentlige systemer skal ændre sig for at forstå kunder, medarbejdere og brugere nu og i fremtiden. Det er en perspektivering af de generationer, som vi ikke kender endnu, og hvad generationer og forskelle får af betydning i fremtiden.

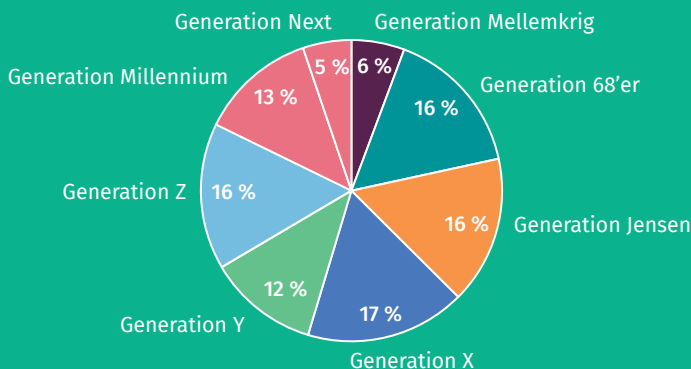
Bogens målgrupper

Det er mit mål, at bogen kan læses som lettilgængelig faglitteratur af alle, som ønsker at blive klogere på sig selv og andre generationer, som de måske har svært ved at forstå. Det kan være familie, kollegaer eller bekendte i fritidslivet.

Dernæst er bogen meget brugbar for professionelle i private virksomheder og offentlige organisationer, som ønsker at tilegne sig viden om generationer for bedre at forstå kunders og brugeres ønsker og behov og bruge den viden til at udvikle forretningen, arbejdspladser eller andre systemer.

Endelig vil den være anvendelig for studerende og undervisere inden for de nævnte områder, som kan bruge den større indsigt og forståelse i kunder og borgere til at uddanne, og uddanne sig selv bedre i fremtiden.

Indsigt og viden fremmer forståelse, og jeg er ikke i tvivl om, at bogen kan være relevant og interessant for mange forskellige mennesker med meget forskellig baggrund og kultur.



7 generationer

Værdier, forbrug og levevis nu og i fremtiden

Uanset hvilken generation du tilhører som privatperson, virksomhed eller studerende, så vil denne bog give dig indsigt i din egen generations og andre generationers værdier, som de har fået gennem opvækst og samtid. Hver enkelt generation bliver grundigt beskrevet i et historisk, nutidigt og fremtidigt perspektiv. Blandt andet de teknologier, begivenheder og samfundsforhold, som har været med til at forme os som mennesker. Der er tal på generationernes størrelse, beskrivelse af forbrug, bolig, arbejdsliv, tilgang til samfundet og fremtiden. Hvert generationskapitel er krydret med citater fra generationens medlemmer, som sætter det hele i perspektiv.

Bogen giver indsigt i og viden om de forskellige generationer i det danske samfund, og om, hvordan de udfordrer og påvirker detailhandel, arbejdspladser og de offentlige systemer nu og i fremtiden. Marianne Levinsen analyserer, beskriver og perspektiverer ud fra statistik, danmarkshistorien, boliganalyser og mere end 600 personlige dybdeinterviews med danskere i alderen 14 til 91 år om deres liv, bolig, forbrug og drømme om fremtiden.

ISBN 978-87-992793-1-9



9 788799 279319

fremforsk