

LELO

Inför valet – åsiktsklyftan bidrar till ett ökat antal singlar

Antalet ensamhushåll i Sverige ökar, samtidigt som allt fler funderar över varför det blivit svårare att hitta en partner. Nu har LELO frågat singlarna själva vad de tror ligger bakom utvecklingen – och svaren skiljer sig tydligt mellan män och kvinnor.

Sveriges topp-plats på listan av antal singelhushåll verkar inte vara under hot – och anledningarna till detta är flera. Däremot skiljer sig svaren åt mellan män och kvinnor. Bland singelmän är fokus på utbildning och karriär den vanligaste förklaringen till att fler är singlar (44 procent) och att dejtingappar ger för många valmöjligheter (38 procent). Bland singelkvinnor tror i stället flest att folk fokuserar mer på egentid (41 procent) och att färre känner social press att vara i en relation (39 procent). Många – både kvinnor och män – tror även att rädslan för att välja "fel" partner har ökat (39 respektive 32 procent).

Unga pekar ut dejtingapparna – och klubbstöden

Bland 18–29-åringar är dejtingapparnas många valmöjligheter den näst vanligaste förklaringen till det ökade antalet singlar. Hela 46 procent tror att apparna spelar in. Var fjärde ung singel (26 procent) tror dessutom att den så kallade "klubbstöden" bidrar – när färre går ut minskar också möjligheterna att träffa nya människor.

Inför valet – åsiktsklyftan en bidragande faktor?

En [rapport](#) från Göteborgs universitet visar att allt fler unga män placerar sig till höger politiskt, medan unga kvinnor i högre grad placerar sig till vänster.

Även om det är svårt att dra direkta slutsatser om hur politiska skillnader påverkar människors kärleksliv, verkar en växande åsiktsklyfta vara något som singlarna själva reflekterar över. Mer än var tredje ung person (37 procent) tror att det ökade antalet singlar delvis beror på att gapet mellan mäns och kvinnors åsikter och intressen har blivit större.

– Kanske har dejting blivit en fråga om mer än bara kemi. När män och kvinnor i allt högre grad skiljer sig åt i både politiska åsikter och intressen kan det också bli svårare att hitta någon man känner sig kompatibel med. Att så många unga själva pekar ut den här klyftan som en möjlig anledning till att fler är singlar är en utveckling värd att ta på allvar, säger Jenny Peura, marknads- och kommunikationschef på LELO Sverige.

Därför ökar antalet singlar i Sverige, enligt singlarna själva:

Kvinna – Singel:

Folk fokuserar mer på egentid – 41 procent
Färre känner social press att vara i en relation – 39 procent
Rädslan för att välja "fel" partner har ökat – 39 procent
Det är lättare att klara sig ekonomiskt själv – 38 procent
Dejtingappar ger för många valmöjligheter – 37 procent

Man – Singel:

Folk fokuserar mer på utbildning/karriär – 44 procent

Dejtingappar ger för många valmöjligheter – 38 procent

Färre känner social press att vara i en relation – 35 procent

Rädslan för att välja "fel" partner har ökat – 32 procent

Klyftan mellan mäns och kvinnors intressen/åsikter har blivit större – 31 procent

Antalet singlar ökar i Sverige, vad tror du att det beror på?

	Total	Man – singel	Kvinna – singel	18–29 år
Folk fokuserar mer på utbildning/karriär	41%	44%	34%	47%
Folk fokuserar mer på egentid	39%	29%	41%	28%
Det är lättare att klara sig ekonomiskt själv	22%	16%	38%	17%
Färre känner social press att vara i en relation	31%	35%	39%	29%
Rädslan för att välja "fel" partner har ökat	32%	32%	39%	37%
Dejtingappar ger för många valmöjligheter	38%	38%	37%	46%
Folk prioriterar vänner och fritidsintressen högre	19%	11%	26%	17%
Klyftan mellan mäns och kvinnors intressen/åsikter har blivit större	24%	31%	28%	37%
Klubbdöden (många klubbar stänger ner, färre ungdomar festar) gör att man får färre nya kontakter	23%	30%	18%	26%
Inget av ovanstående	10%	12%	8%	9%

För mer information, vänligen kontakta:

Hanna Vult von Steyern

Tel: +46 (0)72 210 92 74

E-mail: hanna.vultvonsteyern@wenderfalck.com

Om LELO:

LELO är ett svenskgrundat premiumvarumärke inom sexual wellness, dedikerat till att utveckla innovativa produkter som främjar njutning, intimitet och välbefinnande. Sedan lanseringen i Sverige 2003 har LELO varit med och omdefinierat kategorin genom att kombinera avancerad teknologi, prisbelönt design och kontinuerlig produktutveckling.

Idag omfattar LELOs portfölj lösningar för intimt välbefinnande, relationer och sexuell hälsa, inklusive prisbelönta sexleksaker, sovrumssaccessorier och kosttillskott genom LELO LABS™.

Med närvaro på över 40 marknader världen över har LELO etablerat sig som en globalt ledande aktör inom den snabbt växande sexual wellness-kategorin. Genom att förena teknologi, design och en djup förståelse för människors välbefinnande fortsätter LELO att driva utvecklingen mot en mer modern, inkluderande och holistisk syn på sexualitet.

Om undersökningen

Undersökningen är utförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget Kantar Sifo (Sifopanelen) på uppdrag av LELO. Statistiken samlades in under perioden 24 februari–2 mars 2026. Totalt deltog 1007 personer i åldern 18–79 år och resultatet är rikesrepresentativt.