

PRESSMEDDELANDE 2007-12-07

Undersökning om status i Sverige, USA och Ryssland: **Pank men påläst bara okej i Sverige**

För svenskar och amerikaner är det mjuka värden som äktenskap, familj och personlig utveckling som ger högst status. Ryssarna å andra sidan värdesätter förmögenhet och titlar. Det visar analysföretaget United Minds årliga Statusnavigator 2007 som denna gång även undersöker statusmarkörer i USA och Ryssland.

När United Minds undersökt drivkrafter och värderingar i de tre länderna Sverige, USA och Ryssland visar det sig att man är mest materialistisk i Ryssland. Svenskar och amerikaner har delvis också mer gemensamt med varandra än med grannen i öst.

- Man skulle kunna säga att ryssarna är vår tids amerikaner, medan amerikanerna är förvånansvärt europeiska när det gäller vad man framhåller som statusfyllt, säger Marie Söderqvist Tralau, omvärldsanalytiker på United Minds.

“Pank men påläst” – okej bara i Sverige

I Sverige hamnar så kallad bling-bling som nya bilar, dyra smycken och märkeskläder långt efter immateriella värden som allmänbildning och gott föräldraskap. Samtidigt är personlig utveckling mycket viktigt för svenskar. Allmänbildning, språkkunskaper och möjligheten att bestämma över sin arbetssituation är viktiga ingredienser i svenskarnas liv.

- Sverige är det enda land där man kan vara pank men påläst och ändå finast i kvarteret. En allmän ekonomisk trygghet gör att saker som allmänbildning och att vara en god förälder blir mer eftersträvat, säger Marie Söderqvist Tralau.

Likheter mellan svenskar och amerikaner

Den amerikanska delen av undersökningen är den som kanske överraskar mest eftersom den går tvärt emot vår schablonbild av nybyggerlandet i väst.

- Den gängse uppfattningen är att fina bilar och andra materiella föremål är viktigast i det kapitalistiska USA medan de i själva verket är mer “europeiska” när det gäller synen på status. Att lägga tid och pengar på att hjälpa människor rankas som lika högt av både svenskar och amerikaner, säger Marie Söderqvist Tralau.

Läs mer om Statusnavigator 2007 i bifogade sidor och på www.statusnavigator.se.

Kontakt

Marie Söderqvist Tralau
Fredrik Johansson

070-724 09 71
073-324 59 82

marie.soderqvist@unitedminds.se
fredrik.johansson@unitedminds.se

United Minds är ett företag som arbetar med konsumentkunskap, trend- och omvärldsanalys. Statusnavigator är årligen återkommande och syftet med undersökningen är att blottlägga drivkrafterna bakom människors beteenden och konsumtionsbeslut.

BAKGRUND

Detta ger mest status enligt svenskarna 2007:

1. Vara allmänbildad
2. Vara duktig på sitt arbete
3. Ha en egen ihoparbetad förmögenhet
4. Kunna många språk
5. Vara en engagerad och duktig förälder
6. Lägga tid och pengar på att hjälpa behövande människor
7. Ha ett långt och stabilt äktenskap
8. Kunna bestämma över sin egen arbetstid
9. Ha examen från nationellt toppuniversitet
10. Ha möjlighet att vara ledig en längre, sammanhängande period

Inga mjuka värden för ryssarna

Om Sverige är mindre materialistiskt är Ryssland precis tvärtom – i Ryssland går jobb, pengar och titlar helt klart före familjen och andra mjuka värden. Jämfört med både USA och Sverige, där föräldraskap och äktenskap får topplaceringar, hamnar föräldraskapet först på plats nummer 15 medan äktenskapet ligger på plats nummer 21.

Detta ger mest status enligt ryssarna:

1. Vara duktig på sitt arbete
2. Ha en egen ihoparbetad förmögenhet
3. Äga ett företag
4. Vara allmänbildad
5. Att flytande kunna tala många språk
6. Vara välformulerad/slagkraftig (i samtal/på sitt modersmål)
7. Ha examen från nationellt toppuniversitet
8. Ha en examen från ett internationellt välrenommerat universitet, exempelvis Harvard eller Oxford
9. Ha en chefstitel
10. Ha examen från högskola/college

“The American Dream” håller än

På amerikanernas topplista leder familjen, arbetet och utbildningen. Den egna ihoparbetade förmögenheten och det egna företaget ligger högt på topplistan, tillsammans med att vara en engagerad och duktig förälder samt att hjälpa behövande människor.

Detta ger mest status enligt amerikanerna:

1. Vara duktig på sitt arbete
2. Ha en egen ihoparbetad förmögenhet
3. Äga ett företag
4. Vara en engagerad och duktig förälder
5. Vara allmänbildad
6. Lägga tid och pengar på att hjälpa behövande människor
7. Ha examen från högskola/college
8. Ha ett långt och stabilt äktenskap

9. Ha examen från universitet
10. Ha en doktorexamen

Yrkesskicklighet ger status

Att vara duktig på sitt arbete hamnar högst upp på statuslistan både i USA och Ryssland, och i Sverige kommer det på andra plats. Svenskarna tycker i sin tur att allmänbildning ger mest status, vilket hamnar något längre ner på ryssarnas och amerikanernas listor.

- Allmänbildning är väldigt viktigt i alla länder, men det passar oss svenskar extra bra. Det är ett sofistikerat sätt att visa att man är duktig, till skillnad från till exempel lyxiga pryglar eller akademiska titlar, säger Marie Söderqvist Tralau, omvärldsanalytiker på United Minds.

Att starta och driva eget företag ger inte lika hög status i Sverige som i USA och Ryssland där företagandet hamnar på topp 10. Här i Sverige hamnar det på plats nummer 15.

Den perfekta människan klarar allt - samtidigt

Redan förra året i Statusnavigator 2006 blev det tydligt att det är status att lyckas på så många områden som möjligt: arbete, utbildning och familj. Alla dessa områden hamnar bland de tio mest statusfyllda egenskaperna, och inte bara i Sverige utan även i Ryssland och USA.

- Kraven på vad man ska mäta med som person är väldigt höga. Man ska vara en god förälder, vara duktig på jobbet, ha en förmögenhet på banken och samtidigt ha tid att vara ledig hela sommaren, säger Marie Söderqvist Tralau.

Plastik och terapi i botten

Gemensamt för de tre länderna är att en mycket yngre man hamnar långt ner i statusligan. En mycket yngre fru är något mer populärt, men inget som eftersträvas i något av länderna. Plastikkirurgi ger inte heller status i något av de tre länderna, men i USA är det något mindre lågstatus.

Att gå i terapi är lågstatus i både USA och Ryssland, men i Sverige är det något mer accepterat. Sverige sticker också ut genom att placera IKEA-möbler på 73:e plats, vilket är mycket bättre än i USA och Ryssland: där hamnar IKEA-möbler på plats nummer 97 på statuslistan.

Lägst status

Sverige

100. Ha barnflicka/städhjälp och betala svart
99. Äga en äkta pälskappa/rock
98. Att förbättra sitt utseende med medicinska hjälpmedel
97. Gå i kyrkan varje söndag
96. Ha en 15 år yngre man
95. Ha en 15 år yngre fru
94. Äga en Iphone
93. Att gå i terapi
92. Engagera sig i kyrkans verksamhet
91. Vara singel med intensivt kärleksliv

Ryssland

100. Ha en 15 år yngre man
99. Att gå i terapi
98. Ha IKEA-möbler
97. Att förbättra sitt utseende med medicinska hjälpmedel
96. Ha en 15 år yngre fru
95. Vara duktig golfspelare
94. Vara en duktig tennisspelare
93. Vara en god ryttare
92. Vara singel med intensivt kärleksliv
91. Ha barnflicka/ städhjälp och betala svart

USA

100. Gå i terapi
99. Ha en fullteknad almanacka
98. Ha IKEA-möbler
97. Ha en 15 år yngre man
96. Betala mycket i skatt
95. Vara bra på tennis
94. Att förbättra sitt utseende med medicinska hjälpmedel
93. Ha en 15 år yngre fru
92. Äga en äkta pälskappa/rock
91. Vara bra på att segla

I Sverige är miljömedvetenhet status

Två frågor ställdes kring miljömedvetenhet i årets Statusnavigator. Att äga en miljömärkt bil och köpa ekologiska varor hamnade betydligt närmare toppen bland svenskarna medan det i USA och Ryssland inte är lika statusfyllt att visa att man bryr sig om miljön.

	USA	Sverige	Ryssland
Ha en miljömärkt bil	50	29	49
Köpa ekologiska varor	79	30	70

Tittar vi på listan över de mest statusfyllda prylarna (se nedan) förstärks bilden av den miljömedvetne svensken – miljöbilen hamnar nämligen på plats nummer ett över de mest statusfyllda prylarna för svenskarna.

Mest statusfyllda prylarna

USA

1. Äga en ny bil
2. Äga tavlor av kända konstnärer
3. Ha en miljömärkt bil
4. Äga en stor bokinsamling
5. Äga en stor diamantring/halsband

Sverige

1. Ha en miljömärkt bil
2. Äga en ny bil
3. Äga tavlor av kända konstnärer
4. Äga en stor bokinsamling
5. Ha en vindsvåning

Ryssland

1. Ha en vindsvåning
2. Äga en ny bil
3. Äga en stor bokinsamling
4. Äga en större båt
5. Äga tavlor av kända konstnärer

Bok bättre än blogg

När det gäller framträdande i olika medier är boken mediet med högst status i alla tre länderna. Att ha en välbesökt blogg kommer längst ned på listan.

Mest statusfyllda medierna

USA

1. Ha skrivit en egen bok
2. Ha en egen kolumn i välläst tidning
3. Ofta medverka i TV
4. Ha ett eget radioprogram
5. Ha en välbesökt blogg

Sverige

1. Ha skrivit en egen bok
2. Ha en egen kolumn i välläst tidning
3. Ofta medverka i TV
4. Ha ett eget radioprogram
5. Ha en välbesökt blogg

Ryssland

1. Ha skrivit en egen bok
2. Ofta medverka i TV
3. Ha ett eget radioprogram
4. Ha en egen kolumn i välläst tidning
5. Ha en välbesökt blogg

Mest statusfyllda boendet

Sverige

1. Äga en gård
2. Äga ett hus utomlands
3. Ha ett designat och välinrett hem
4. Äga ett lantställe
5. Ha en vindsvåning i ett attraktivt storstadsområde

Ryssland

1. Ha en vindsvåning i ett attraktivt storstadsområde
2. Äga en gård
3. Äga ett hus utomlands
4. Ha ett designat och välinrett hem
5. Bo eller ha bott utomlands

USA

1. Äga en gård
91. Äga ett hus utomlands
92. Ha ett designat och välinrett hem

- 93. Äga ett lantställe
- 94. Bo i stor villa på landet

Se mer på www.statusnavigator.se

Om undersökningen

Undersökningen är genomförd av United Minds, med hjälp av datainsamlingsföretaget Cint. Totalt skickades enkäten till 1000 personer vardera i Sverige, Ryssland och USA i oktober-november 2007 genom en e-postenkät. Urvalet av respondenter är gjort via kvoturval för att få nationell representativitet sett till ålder, kön och geografisk hemvist. Resultaten ger en representativ bild av värderingar och attityder i den svenska, ryska och amerikanska befolkningen. Respondenterna fick sätta statuspoäng från lägsta betyget 1 till högsta betyget 5 på 100 påståenden. Frågorna gällde livsstilsmarkörer, ägande, kunskaper och personliga egenskaper.

Översättningarna av enkäten till ryska och engelska är utförda av översättningsföretaget Stratcore i Stockholm. Respondenterna kommer från webbpaneler som är anslutna till CPX, en världsomspännande marknadsplats för webbpaneler med bas i Stockholm (se www.cint.com/cpx).

Status enligt nationalencyklopedin och enligt Alain De Botton

1. Inom sociologin benämning på en persons ställning i en grupp, eller gruppens ställning i samhället.
(Nationalencyklopedin)
2. Vår ställning i samhället. Ordet kommer från latinets statum (perfekt particip av verbet stare, att stå).
(Alain De Botton, Statusstress)

Om United Minds

United Minds är den del av Prime-gruppen som är ett av Nordens ledande – och högst rankade – marknadsföringsföretag. United Minds tar fram kunskap om trender, tendenser och samhällets rörelser. Genom bland annat spaningar, undersökningar och rapporter, kartlägger United Minds hur marknader och deras konsumenter fungerar.

Om Prime-gruppen

Prime-gruppen består av tre verksamheter, pr- och reklambyrå Prime, trend- och analysföretaget United Minds samt Prime M2 som fokuserar på livsstilsmarknadsföring. Bland uppdragsgivarna finns adidas, McDonald's, TeliaSonera, Electrolux, JC, Cancerfonden och Rädde Barnen.