

Betalningsindikatorn



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förord	3
Omvärld i förändring, så påverkas hushållen	4
Svenskens privatekonomiska utrymme	6
Hur beskriver svensken sin ekonomi?	7
Ekonomisk trygghet. Var står vi 2026?	8
Kvinnor fortsatt mer otrygga	10
Förmåga att påverka sin ekonomi	11
Koll på ekonomin och oro	12
Orostoppen	13
Omvärldsläget och bojkotter	15
Ekonomins påverkan på hälsan	19
Effekterna av privatekonomisk oro	22
Förmåga att hantera oförutsedda utgifter	23

FÖRORD



Snart har det gått tio år sedan vi 2017 publicerade vår första Betalningsindikator. Under dessa år har vi följt Sveriges hushåll genom högkonjunktur, pandemi, inflation och krig i Europa. Varje utgåva har gett oss nya insikter om hur svenskarna upplever sin ekonomiska vardag.

Våren 2026 präglas av ett nytt geopolitiskt landskap. Handelskonflikter och tullar skakar om den globala ekonomin. Kriget i Ukraina fortgår och vi möter global oro till följd av konflikt i Iran och Mellanöstern. Samtidigt har den svenska ekonomin sakta börjat återhämta sig efter de tuffa åren med hög inflation och stigande räntor. Riksbanken har genomfört räntesänkningar, men effekterna har ännu inte slagit igenom fullt ut i hushållens plånböcker.

Så, hur mår den svenska konsumenten just nu?

Inte toppen, är det korta svaret.

För även om ränteläget har kommit ner något och inflationen stabiliserats, så präglas 2026 av en ny typ av oro. Omvärldsläget, med handelskrig, geopolitisk instabilitet och osäkerhet kring den globala ekonomin, tynger nu svenska hushåll på ett sätt vi inte sett tidigare. Nästan två av tre, 62 procent, bedömer att omvärldsläget påverkar deras ekonomi negativt.

Nytt för i år är att vi även undersökt svenskarnas inställning till bojkotter kopplat till geopolitiska händelser. Drygt fyra av tio, 40 procent, uppger att de helt eller delvis slutat köpa amerikanska varor, och mer än hälften, 50 procent, har bojkottat ryska varor eller tjänster.

Det geopolitiska trycket märks tydligt i konsumentbeteendet.

Temat för det här numret är ***Ekonomisk trygghet i en orolig omvärld***. I

rapporten kan du se datapunkter tillsammans med kortfattade slutsatser.

Tanken är att du snabbt och utan för mycket omskrivningar ska få tillgång till relevanta datapunkter som hjälper dig svara på frågan "Hur mår Sveriges hushåll, egentligen?".

Och skulle du ha frågor eller funderingar kring undersökningen så är det bara att kontakta oss.

Önskar dig en givande läsning

Johan Agerman

VD, Lowell Norden

OMVÄRLDEN I FÖRÄNDRING – SÅ PÅVERKAS HUSHÅLLEN

Våren 2026 befinner sig den svenska ekonomin i ett tydligt brytningskede. Efter flera år av ekonomisk turbulens, präglad av pandemin, kraftiga kostnadschocker och en period av exceptionellt hög inflation, har ränteläget normaliserats.

Samtidigt verkar svenska hushåll och företag i ett globalt landskap som präglas av låg förutsägbarhet. Sammantaget bidrar detta till att omvärldsriskerna upplevs som hög bland svenska hushåll.

I vårens undersökning uppger nästan två av tre, 62 procent, att de anser att omvärldsläget påverkar deras ekonomi negativt. Det är en betydande andel som speglar en förändrad typ av ekonomisk oro. Oron är i mindre utsträckning kopplad till direkta faktorer som räntor och inflation och i högre grad till global osäkerhet, geopolitik och svårbedömda risker framåt.

Arbetsmarknaden visar fortsatt blandade signaler.

Arbetslösheten ligger kvar på relativt höga nivåer trots tecken på gradvis återhämtning i ekonomin, och den strukturella matchningen mellan utbud och efterfrågan på arbetskraft är fortsatt svag.

Skillnaderna i ekonomisk trygghet är tydliga.

Bland förvärvsarbetande upplever en majoritet sin ekonomi som stabil, medan hela 39 procent av de arbetslösa uppger att de har mycket låg ekonomisk trygghet.

Mätningen visar samtidigt att flera konkreta orosmoment har minskat jämfört med våren 2025. Oron för vardagskostnader som matpriser och räntor har fortsatt att avta och andelen som upplever att de har en hög förmåga att påverka sin egen ekonomi ligger på en tydligt högre nivå än föregående år.

Trots detta är den övergripande oron för privatekonomin i stort sett oförändrad och den upplevda ekonomiska tryggheten har ännu inte återhämtat sig fullt ut.

Återhämtningen är ojämn. Konkret oro har minskat, men en mer diffus osäkerhet består.

Ytterligare en dimension som präglar 2026 är att konsumtionsval i ökad utsträckning färgas av geopolitik.

Drygt fyra av tio svenskar, 40 procent, uppger att de helt eller delvis har slutat köpa amerikanska varor. Det visar att internationella politiska konflikter i dag också påverkar vardagskonsumtionen.

Ännu fler, 50 procent, uppger att de har bojkottat ryska varor och tjänster.

Detta är ett beteende som vi inte sett i samma omfattning i tidigare utgåvor av Betalningsindikatorn och det förändrar förutsättningarna för hur konsumtionsbeslut fattas. Konsumtion blir i högre grad ett uttryck för värderingar och ställningstaganden, inte enbart pris och behov.

Samtidigt fortsätter matpriserna att vara ett av de största orosmomenten för hushållen. Nästan hälften, 50 procent, uppger att de är ganska eller mycket oroliga för stigande matpriser.

Oron är särskilt tydlig bland hushåll med hemmavarande barn. Där uppger 43 procent att privatekonomin påverkar deras hälsa eller livskvalitet negativt. Motsvarande andel är 41 procent bland personer i åldern 18 till 49 år och 30 procent bland hushåll utan barn.

Betalningsmönstren visar att andelen som uppger att de har fått en betalningspåminnelse den senaste månaden uppgår till 12 procent och att 7 procent har fått ett inkassokrav. Det är nivåer som fortsatt kräver uppmärksamhet och som visar att en betydande grupp hushåll fortfarande har begränsade ekonomiska marginaler.

Samtidigt är sambandet mellan ekonomi och hälsa ett av de tydligaste resultaten i årets undersökning. Närmare en tredjedel av alla svenskar, 33 procent, anger att deras privatekonomiska situation påverkar deras hälsa eller livskvalitet negativt. Bland kvinnorna är andelen högre, 37 procent. I de yngre åldersgrupperna, 18 till 49 år, uppgår siffran till omkring 41 procent.

Makroekonomiska indikatorer och officiell statistik visar att konsumtionen successivt har börjat öka, i takt med fallande inflation och förbättrade reallöner. Samtidigt ger hushållens svar i undersökningen en mer försiktig bild.

Förbättringen har ännu inte slagit igenom i form av en tydligt ökad känsla av ekonomisk trygghet, utan många upplever fortsatt att det ekonomiska utrymmet är begränsat.

Om det inte sker några större förändringar i det globala omvärldsläget talar mycket för att den svenska ekonomin gradvis rör sig i en mer positiv riktning. Frågan är bara hur lång tid det ska ta tills vi når nästa normalkonjunktur?

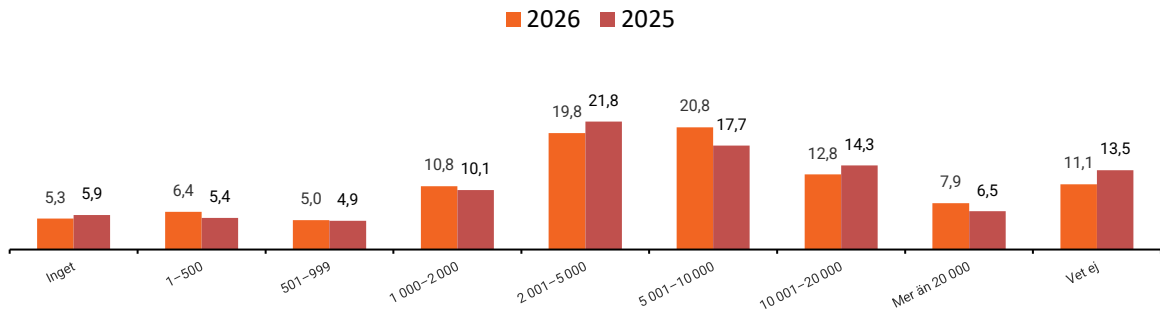


Fredrik Skärheden
Kommunikationschef

SVENSKENS PRIVATEKONOMISKA UTRYMME

Så mycket
pengar har
svensken kvar i
slutet av
månaden

Fråga: "Hur mycket har du kvar en normal månad efter löpande utgifter?" Samtliga, procent
(n=1 501).



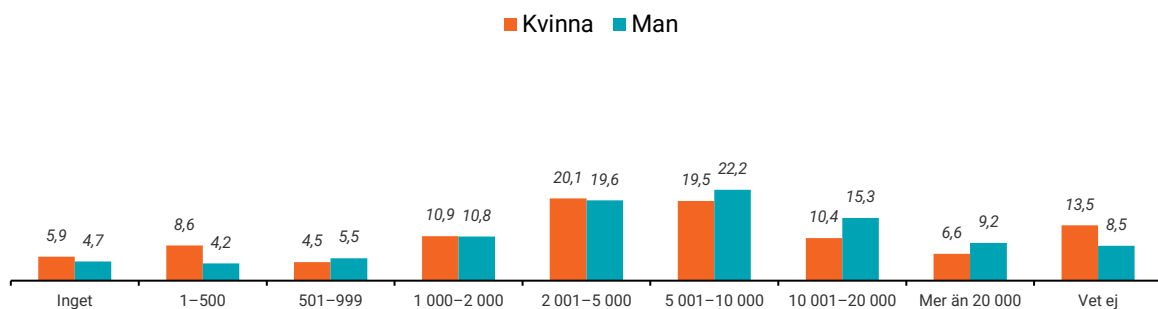
Flertalet svenskar uppger att de i dag har mellan 2 000 och 10 000 kronor kvar att leva på när de löpande utgifterna är betalda. Totalt har 47 procent max 5 000 kronor kvar i slutet av månaden. Detta är det manöverutrymme svensken i dag har för att täcka ökade levnadsomkostnader, oförutsedda utgifter och sparande.

Vi ser också att kvinnor som regel har ett lägre belopp att klara sig på än männen. Knappt tre av tio kvinnor, 30 procent, har max 2 000 kronor kvar jämfört med var fjärde man, 25 procent.

Om vi jämför siffrorna med 2025 är bilden i stort sett stabil, men med skillnaden att tyngdpunkten i mittensiktet har förskjutits något uppåt. Andelen med 5 001-10 000 kronor kvar ökar från 17,7 till 20,8 procent, medan andelen med 2 001-5 000 kronor minskar från 21,8 till 19,8 procent.

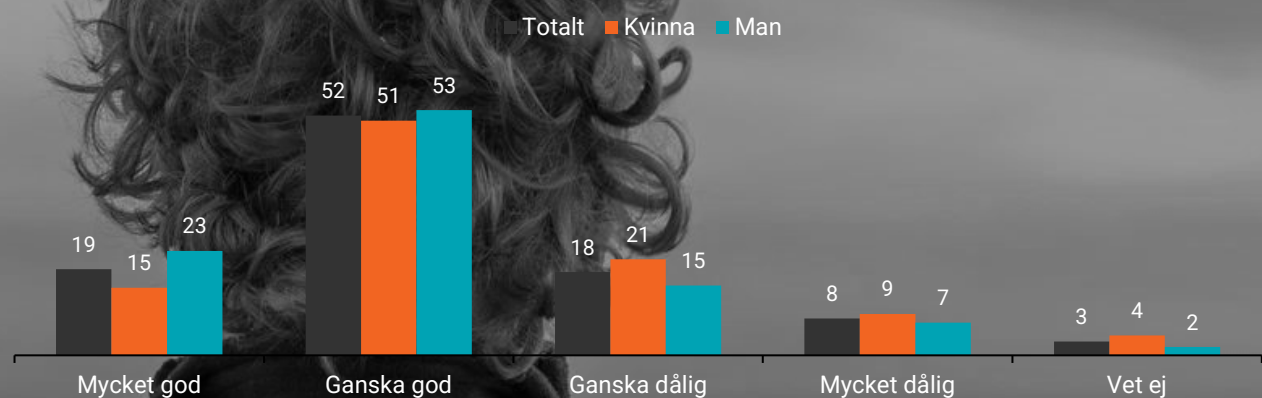
Intervall 10 001-20 000 kronor minskar något, från 14,3 till 12,8 procent, samtidigt som andelen med mer än 20 000 kronor kvar ökar marginellt, från 6,5 till 7,9 procent.

Fråga: "Hur mycket har du kvar en normal månad efter löpande utgifter?" Per kön, procent
(n=1 501).



HUR BESKRIVER SVENSKEN SIN EKONOMI?

Fråga: "Hur skulle du beskriva ditt hushålls ekonomiska situation?" Per kön, procent (n=1 501).

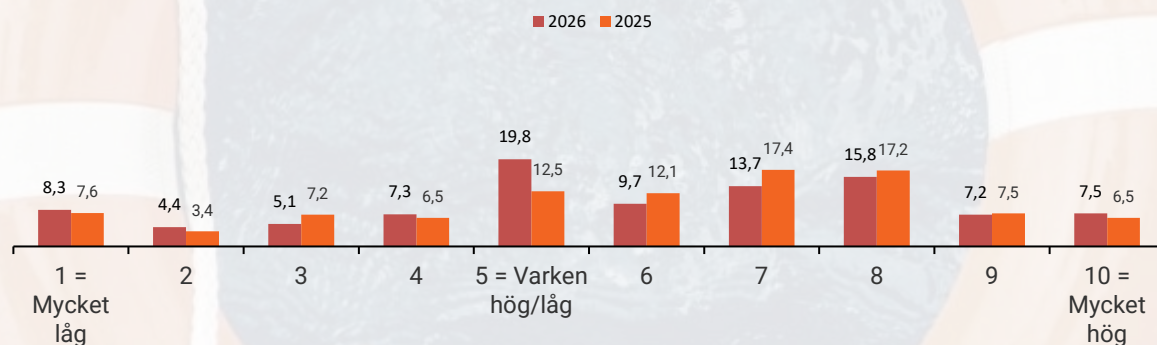


En majoritet av svenskarna, drygt sju av tio, 71 procent, beskriver sin ekonomiska situation som ganska eller mycket god. Samtidigt finns en tydlig könsskillnad.

Bland männen uppger 76 procent att de har en god ekonomi, jämfört med 66 procent av kvinnorna. Drygt tre av tio kvinnor, 30 procent, beskriver sin ekonomi som ganska eller mycket dålig.

Det är också värt att notera att endast 3 procent svarar vet ej, vilket tyder på att de allra flesta har en tydlig uppfattning om sin ekonomiska situation.

Fråga: "Vilken privatekonomisk trygghet upplever du att du har?" Skala 1–10. Samtliga, procent (n=1 501).



EKO N O M I S K A TRYGGHETEN – VAR STÅR VI 2026?

Den ekonomiska turbulensen sätter sina tydliga spår. På en skala från 1 (mycket låg) till 10 (mycket hög) placerar sig genomsnittssvensken runt mitten.

Knappt var tolfte svensk (8 procent) upplever mycket låg ekonomisk trygghet (1 på skalan). Bland arbetslösa är samma siffra hela 39 procent – nästan fem gånger så hög.

Den största förändringen från förra året är en tydlig förskjutning mot mitten av skalan. Andelen som svarar 5 (varken hög eller låg trygghet) ökar från 12,5 till 19,8 procent, samtidigt som andelen i det positiva mittsegmentet (intervall 6–8) minskar från sammanlagt 46,7 till 39,2 procent. Andelen med låg trygghet (1–4) är i stort sett oförändrad (24,7 till 25,1 procent), liksom andelen med hög trygghet 9–10 (14,0 till 14,7 procent).

Bilden 2026 är alltså inte mer otrygg, utan snarare att en större grupp har glidit från "ganska trygg" till "varken eller".

EKONOMISK TRYGGHET PER SYSSELSÄTTNING

Bland förvärvsarbetande upplever bara 5 procent mycket låg ekonomisk trygghet. Bland arbetslösa är samma siffra 39 procent. Pensionärer placerar sig däremellan med 8 procent.

Att arbetslösa känner låg ekonomisk trygghet är inte helt oväntat.

Men att skillnaden mot förvärvsarbetande är så markant understryker anställningens avgörande betydelse för den upplevda tryggheten.

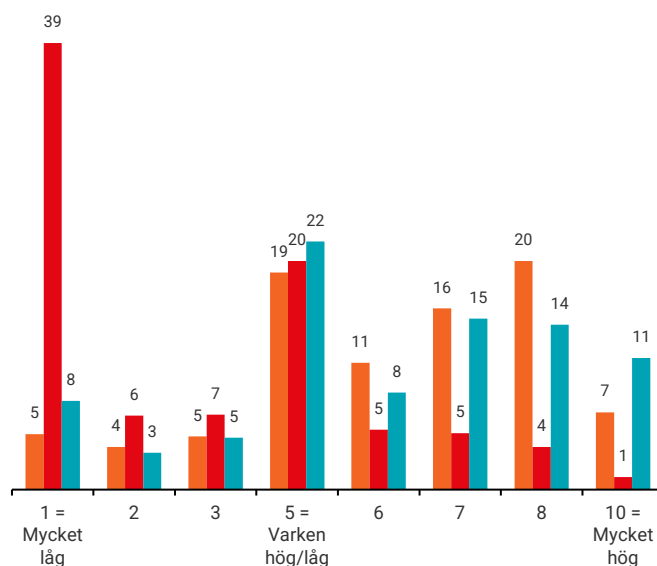
Bland förvärvsarbetande placerar sig knappt var femte (19 procent) på mittvärdet (5), och drygt hälften (50 procent) på de övre nivåerna (7–10).

Pensionärer är den grupp som oftast rapporterar mycket hög trygghet – drygt var nionde pensionär (11 procent) placerar sig på 10.

Arbetslösa är den mest polariserade gruppen: ytterst få ligger i mittenspannet (6–8) och knappt någon på de allra högsta nivåerna.

Fråga: "Vilken privatekonomisk trygghet upplever du att du har?" Skala 1–10. Per sysselsättning, procent.

■ Förvärvsarbetande ■ Arbetslös ■ Pensionerad



KVINNOR FORTSATT MER OTRYGGA

Fler kvinnor än män känner sig privatekonomiskt otrygga.

Knappt tre av tio kvinnor (30 procent) placerar sig på de fyra lägsta trygghetsnivåerna (1–4),

jämfört med 21 procent av männen. På de övre nivåerna (7–10) hamnar 37 procent av kvinnorna, mot 52 procent av männen.

Till en del kan detta förklaras genom att kvinnor i genomsnitt har lägre disponibel inkomst och en lägre total livsinkomst.

Flera studier pekar dessutom på att kvinnor i större utsträckning tar hand om försörjningen av barn vid en separation.

Fråga: "Vilken privatekonomisk trygghet upplever du att du har?" Skala 1–10. Per kön, procent.

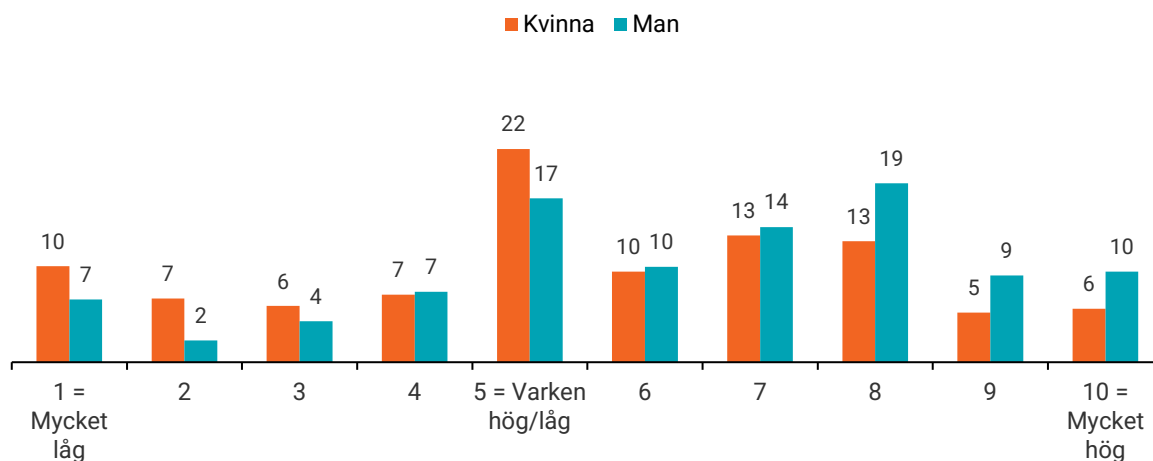


Foto: Luza Studios

FÖRMÅGA ATT PÅVERKA SIN EKONOMI

Drygt fyra av tio (43 procent) anser sig ha hög eller mycket hög förmåga att påverka sin ekonomi (svar 4–5 på skalan).

Samtidigt upplever knappt var fjärde (23 procent) en låg förmåga (svar 1–2).

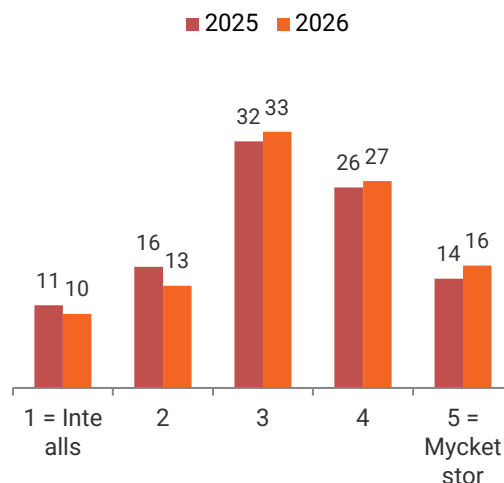
Män ser generellt större möjligheter att påverka sin ekonomi.

47 procent av männen anger hög förmåga jämfört med 38 procent av kvinnorna. Kanske inte helt oväntat är män mer övertygade om sin förmåga att påverka sin ekonomi.

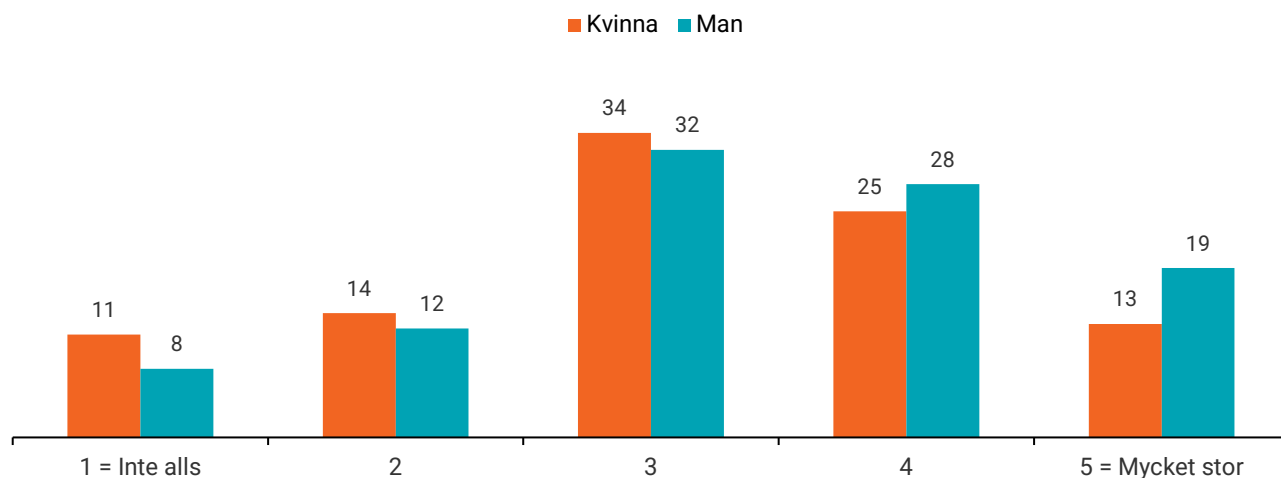
Om vi jämför siffrorna med 2025 ser vi att andelen som upplever låg förmåga att påverka sin ekonomi (svar 1–2) har minskat från 26 till 23 procent, medan andelen med hög förmåga (svar 4–5) har ökat från 40 till 42 procent.

Det är en försiktig förflyttning mot större upplevd kontroll. Sannolikt drivs den positiva förändringen av både räntesänkningar och generellt mindre kostnadsökningar.

Fråga: "I vilken utsträckning upplever du att du kan påverka din ekonomi?" Skala 1–5, procent.



Fråga: "I vilken utsträckning upplever du att du kan påverka din ekonomi?" Skala 1–5. Per kön, procent.



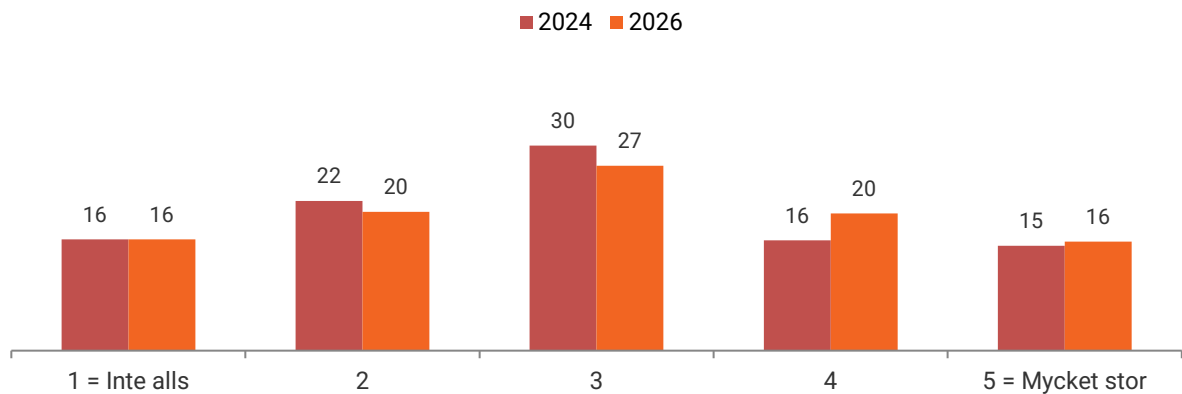
KOLL PÅ EKONOMIN OCH ORO

En klar majoritet, nästan tre av fyra (74 procent), anser sig ha bra koll på sin ekonomi (svar 4–5). Samtidigt uppger drygt var tredje (36 procent) att de oroar sig för sin privatekonomi i hög eller mycket hög utsträckning. Det tyder på att oro inte nödvändigtvis handlar om bristande insikt – utan snarare om att man ser vad som komma skall och oroar sig för det.

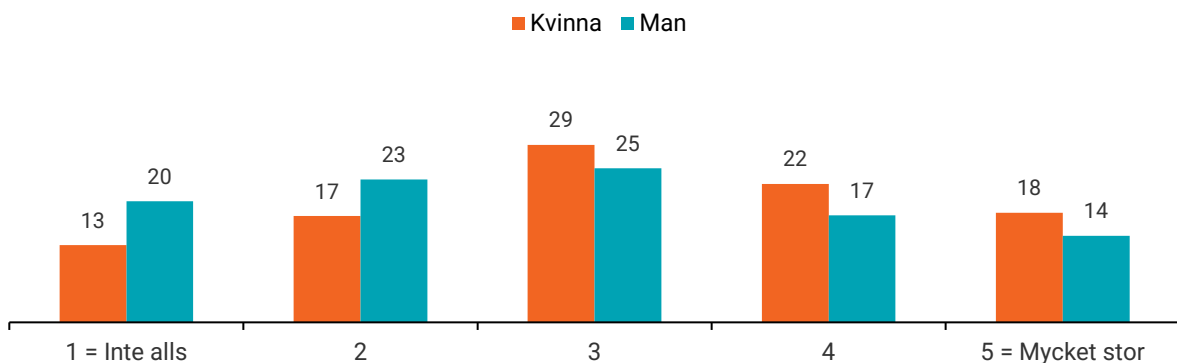
Kvinnor oroar sig mer: fyra av tio kvinnor (40 procent) anger hög oro (svar 4–5) jämfört med drygt tre av tio män (31 procent).

Jämfört med 2024 är oron i stort sett oförändrad. Andelen med hög oro (4–5) har bara ökat marginellt, från 31 till 36 procent. Det är en intressant kontrast till de stora minskningarna för konkreta orosmoln som matpriser och räntor – den allmänna oron sitter kvar även när enskilda orosposter har lättat.

Fråga: "I vilken utsträckning upplever du oro för din privatekonomi?" Skala 1–5, procent.

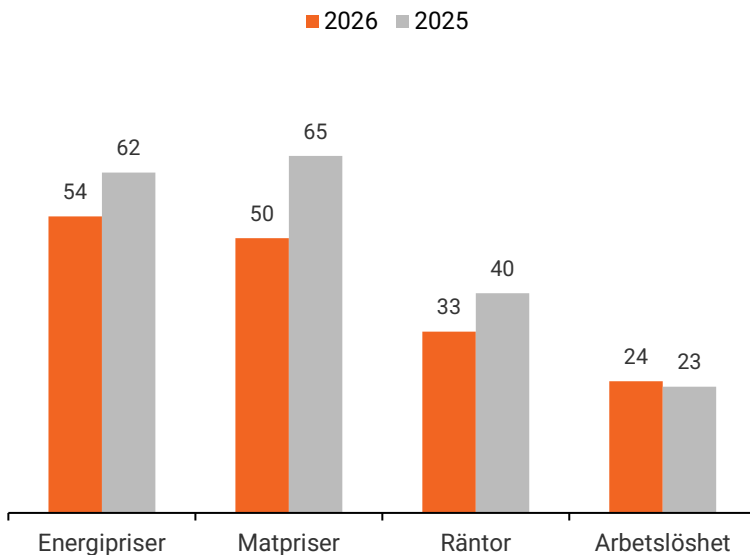


Fråga: "I vilken utsträckning upplever du oro för din privatekonomi?" Skala 1–5. Per kön, procent.



OROSTOPPEN

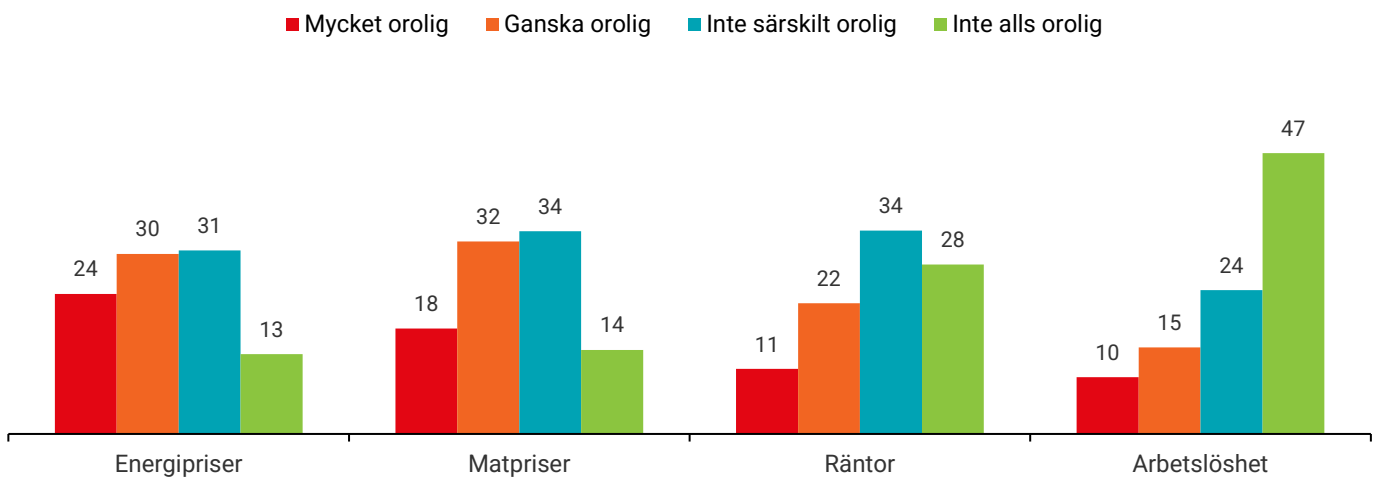
Fråga: "Hur orolig är du för följande?" Andel ganska eller mycket oroliga, 2026 vs 2025 (procent).



Höjda energipriser, matpriser och räntor ligger i toppen på vad svenskarna oroar sig för. Drygt hälften (54 procent) är ganska eller mycket oroliga för energipriser, och hälften (50 procent) för matpriser. Ungefär en av tre (33 procent) oroar sig för räntor, medan arbetslöshet oroar färre – knappt en av fyra (24 procent).

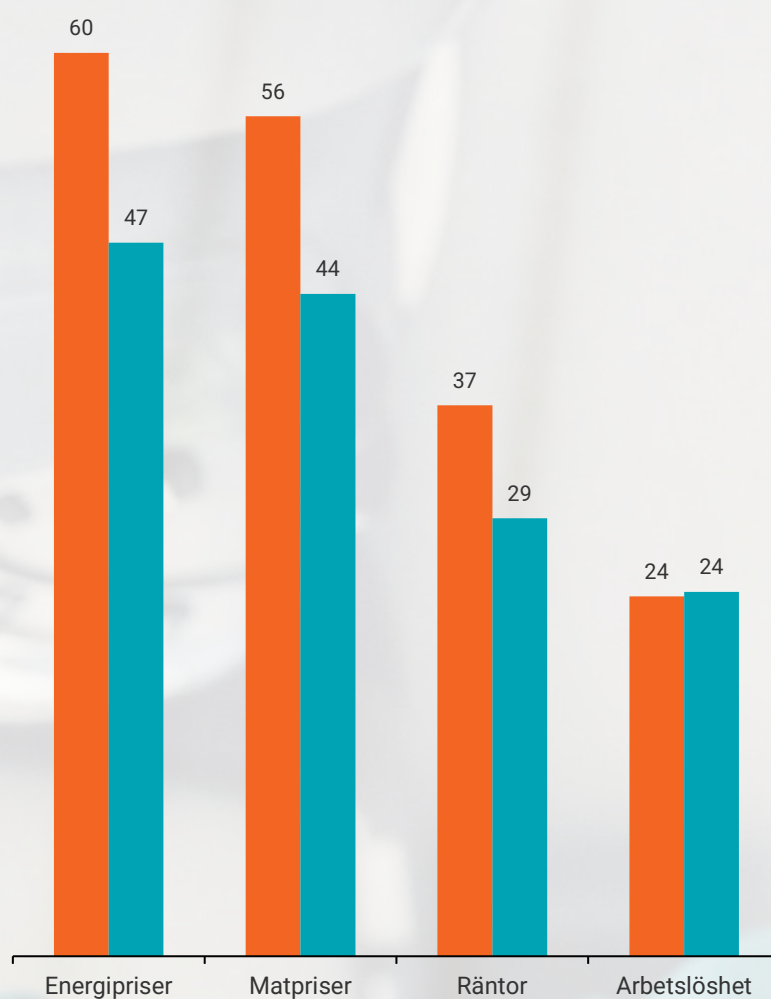
I jämförelse med 2025 har oron minskat tydligt på tre av fyra områden. Mest påtagligt är en minskad oro för matpriser (–15 procentenheter) och energipriser (–8 procentenheter). Räntor backar också (–7 procentenheter) medan oron för arbetslöshet ligger kvar på samma nivå (23 procent).

Fråga: "Hur orolig är du för följande?" Fördelning per orosnivå, 2026 (procent, n=1 501).



Fråga: "Hur orolig är du för följande?" Andel ganska/mycket oroliga. Per kön, procent.

■ Kvinna – ganska/mycket orolig ■ Man – ganska/mycket orolig



OROSMOLN PER KÖN

Kvinnor är genomgående mer oroliga. Sex av tio (60 procent) oroar sig för energipriser mot knappt hälften av männen (47 procent), och för matpriser är motsvarande siffror 56 respektive 44 procent. Skillnaden mellan könen är störst för energi- och matpriser – omkring tolv procentenheter i båda fallen.

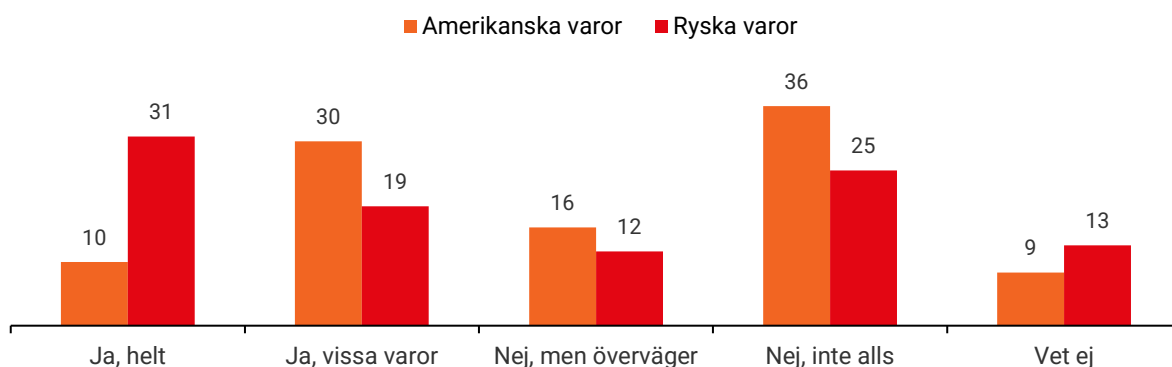
För räntor och arbetslöshet är skillnaden mindre, omkring åtta procentenheter respektive obetydlig skillnad.

OMVÄRLDSLÄGET OCH BOJKOTTER

Drygt sex av tio (62 procent) bedömer att omvärldsläget påverkar deras ekonomi negativt (svar 1–2 på en 5-gradig skala). Ungefär en av tio (10 procent) ser en positiv påverkan. Kvinnor är mer negativa: 69 procent jämfört med 56 procent bland männen.

Bojkottbeteendet är påtagligt. Fyra av tio (40 procent) har helt eller delvis slutat köpa amerikanska varor, medan hälften (50 procent) har bojkottat ryska varor. Kvinnor överväger bojkott av amerikanska varor i högre utsträckning än män (18 procent jämfört med 14 procent).

Fråga: "Har du slutat köpa eller bojkottat följande?" (Amerikanska vs ryska varor/tjänster).
Procent.



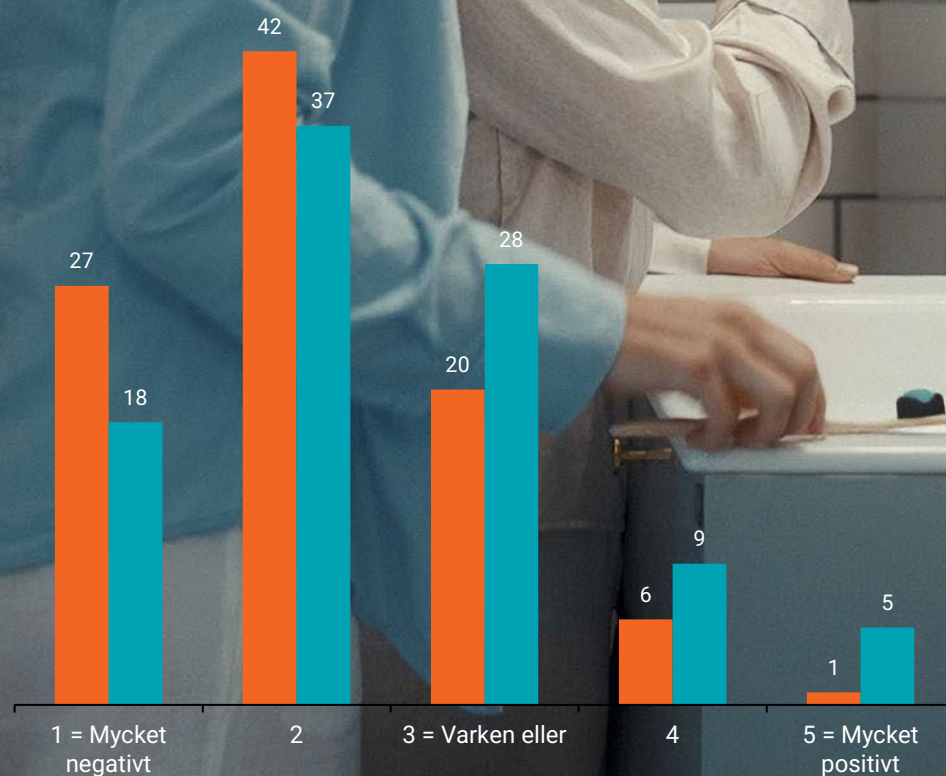
OMVÄRLDSLÄGETS PÅVERKAN PER KÖN

Kvinnor upplever en starkare negativ påverkan av omvärldsläget. 69 procent av kvinnorna anger att det påverkar negativt (1–2 på skalan) jämfört med 56 procent av männen. På den allra mest negativa nivån (1 = mycket negativt) placerar sig 27 procent av kvinnorna mot 18 procent av männen.

Bara knappt en av hundra kvinnor (0,8 procent) ser en mycket positiv påverkan, jämfört med fem av hundra män (5,0 procent).

Fråga: "Hur tror du att omvärldsläget påverkar din ekonomiska situation?"
Skala 1–5. Per kön, procent.

■ Kvinna ■ Man



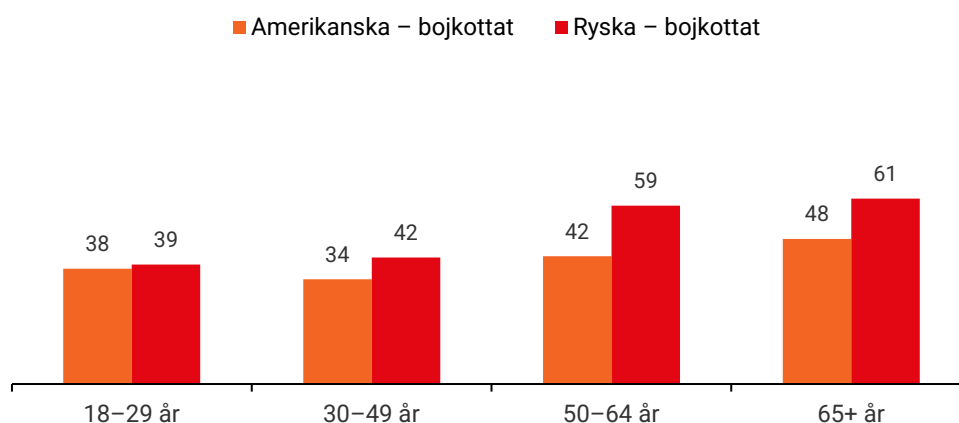
BOJKOTT, ÅLDER OCH SYSSELSÄTTNING

Bojkottbeteendet varierar tydligt med ålder. Bland 65+ har knappt hälften (48 procent) helt eller delvis slutat köpa amerikanska varor, jämfört med knappt fyra av tio (38 procent) bland 18–29-åringar. Men de yngre överväger i högre grad – knappt var femte 18–29-åring (17 procent) funderar på att börja bojkotta, jämfört med 14 procent bland 65+.

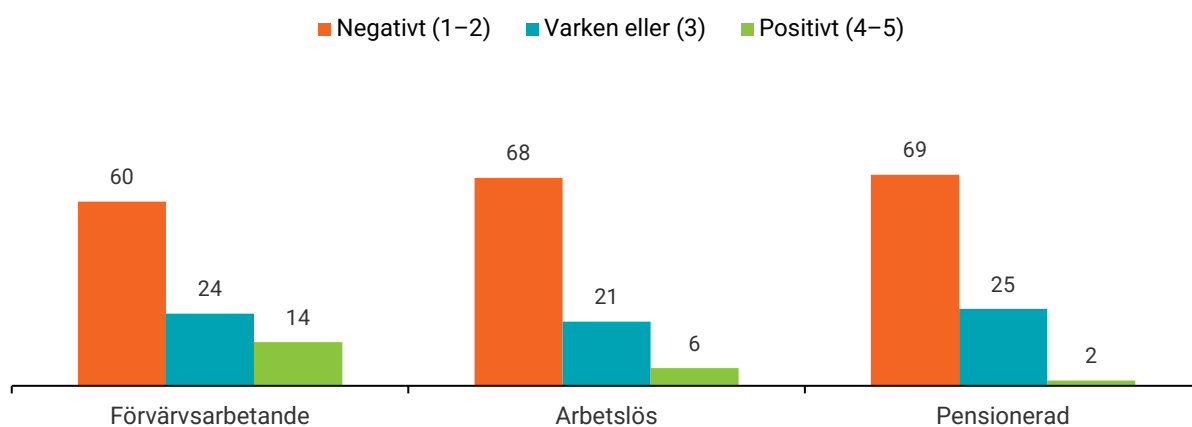
Skillnaden är ännu tydligare för ryska varor: sex av tio 65+ har bojkottat, mot knappt fyra av tio 18–29-åringar (39 procent). Pensionärer bojkottar mest, oavsett land, medan de yngsta oftast är de som överväger att göra det framöver.

Arbetslösa drabbas hårdast av omvärldsläget: knappt sju av tio (68 procent) uppger negativ påverkan och 41 procent anger mycket negativt – omkring dubbelt så hög andel som bland förvärsarbetande (22 procent).

Fråga: "Har du slutat köpa eller bojkottat följande?" Bojkottat (helt/delvis) samt överväger. Per ålder, procent.



Fråga: "Hur tror du att omvärldsläget påverkar din ekonomiska situation?" Per sysselsättning, procent.



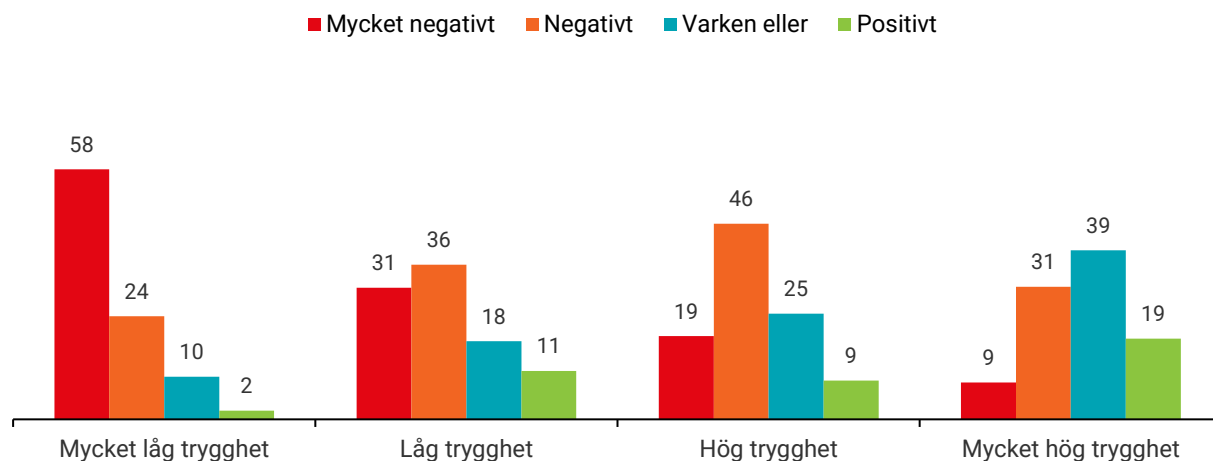
OMVÄRLDEN SLÅR HÅRDAST MOT DE OTRYGGA

Bland de med mycket låg ekonomisk trygghet upplever drygt fyra av fem (82 procent) att omvärldsläget påverkar deras ekonomi negativt – varav nästan sex av tio (58 procent) mycket negativt. Bland de med mycket hög trygghet är det fyra av tio (40 procent) som ser en negativ påverkan.

Det visar att omvärldsläget inte är en abstrakt fråga – det drabbar konkret de som redan befinner sig i en utsatt ekonomisk situation. De som har minst marginaler oroar sig mest, och de har också minst möjlighet att skydda sig mot globala prisökningar och handelsoro.

Sambandet mellan trygghet och upplevd negativ påverkan är nästan linjärt: ju lägre trygghetsnivå, desto större andel anger att omvärldsläget påverkar negativt.

Fråga: "Hur tror du att omvärldsläget påverkar din ekonomiska situation?" Per ekonomisk trygghetsnivå, procent.



EKONOMINS PÅVERKAN PÅ HÄLSAN

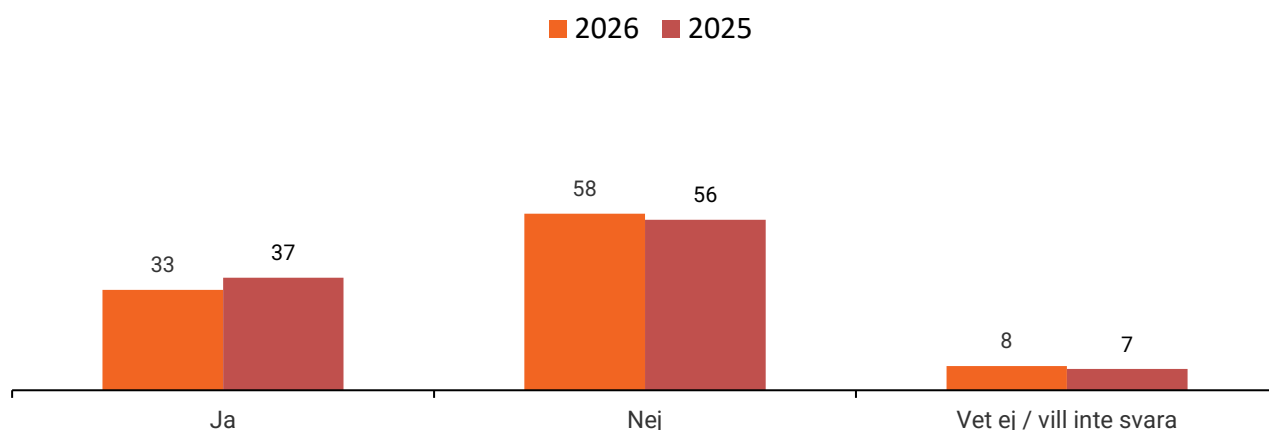
En av tre (33 procent) av alla svenskar upplever att deras privatekonomiska situation påverkar deras hälsa eller livskvalitet negativt.

Bland kvinnor är siffran 37 procent, bland män 30 procent. Det är också fler bland de med lite pengar kvar i slutet av månaden samt med hemmavarande barn som uppger att deras privatekonomi påverkar deras hälsa negativt.

Bland de som har noll kronor kvar i slutet av månaden anger hela 82 procent att ekonomin påverkar hälsan negativt. Bland de som har mer än 20 000 kronor kvar är siffran bara 8 procent.

Sedan 2025 har andelen som upplever negativ hälsopåverkan minskat med fyra procentenheter, från 37 till 33 procent. Lättnaden är försiktig och ligger sannolikt i linje med att också oron för olika vardags-kostnader (som räntor och matpriser) inte längre är lika hög som under 2025 och tidigare år.

Fråga: "Upplever du att din privatekonomi påverkar din hälsa/livskvalitet negativt?" Samtliga, procent.

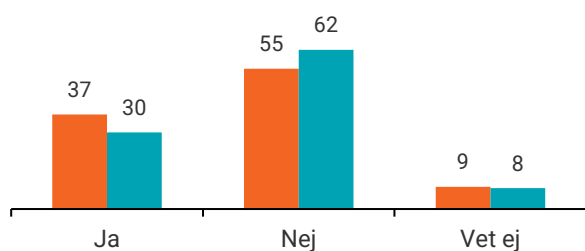




Per kön, procent

Fråga: "Upplever du att din privatekonomi påverkar din hälsa/livskvalitet negativt?" Per kön, procent.

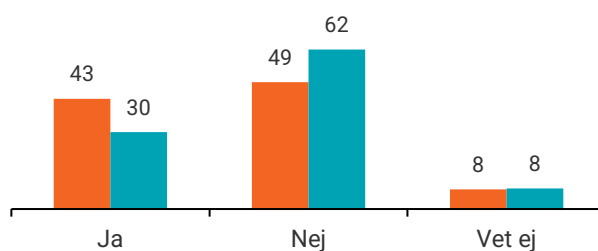
■ Kvinna ■ Man



Per hemmavarande barn, procent

Fråga: "Upplever du att din privatekonomi påverkar din hälsa/livskvalitet negativt?" Per hemmavarande barn, procent.

■ Hemmavarande barn ■ Inga barn



Fyra av tio kvinnor (37 procent) upplever att privatekonomin påverkar deras hälsa eller livskvalitet negativt, jämfört med knappt tre av tio män (30 procent). Det är också fler bland de med hemmavarande barn (43 procent) som uppger negativ påverkan, jämfört med de utan barn (30 procent).

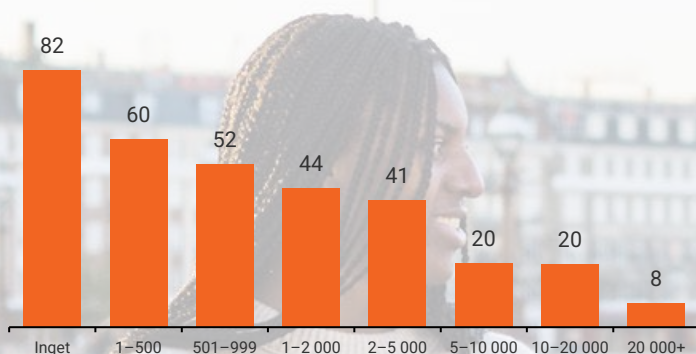
Bilden är tydlig: yngre, kvinnor och barnfamiljer upplever starkare negativ hälsopåverkan av ekonomin. Det är grupper som ofta står i en livsfas med stora fasta utgifter och begränsade marginaler.

TYDLIG GRÄNS FÖR NÄR HÄLSAN PÅVERKAS

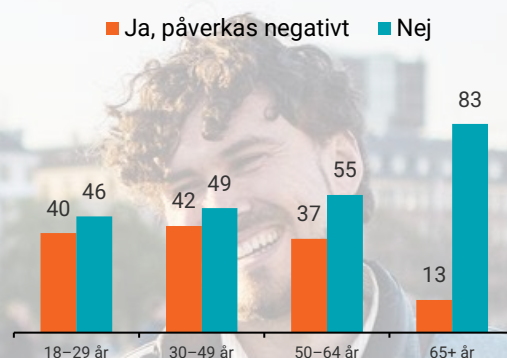
Det verkar finnas en tydlig gräns för när svensken börjar uppleva att privatekonomin har en negativ påverkan på hälsan. Någonstans när vi har mellan 2 000 och 5 000 kronor kvar i månaden uppger vi att hälsan försämras.

Omkring fyra av tio 18–29-åringar (40 procent) och 42 procent av 30–49-åringarna uppger negativ hälsopåverkan. Bland 65+ är siffran bara 13 procent. Skillnaden mellan yngre och äldre är slående – barnfamiljeåren och den tidiga yrkeslivsfasen är klart mest pressade.

Fråga: "Upplever du att din privatekonomi påverkar din hälsa/livskvalitet?" Per kvar efter löpande utgifter, andel Ja-svar.



Fråga: "Upplever du att din privatekonomi påverkar din hälsa/livskvalitet?" Per ålder, procent.

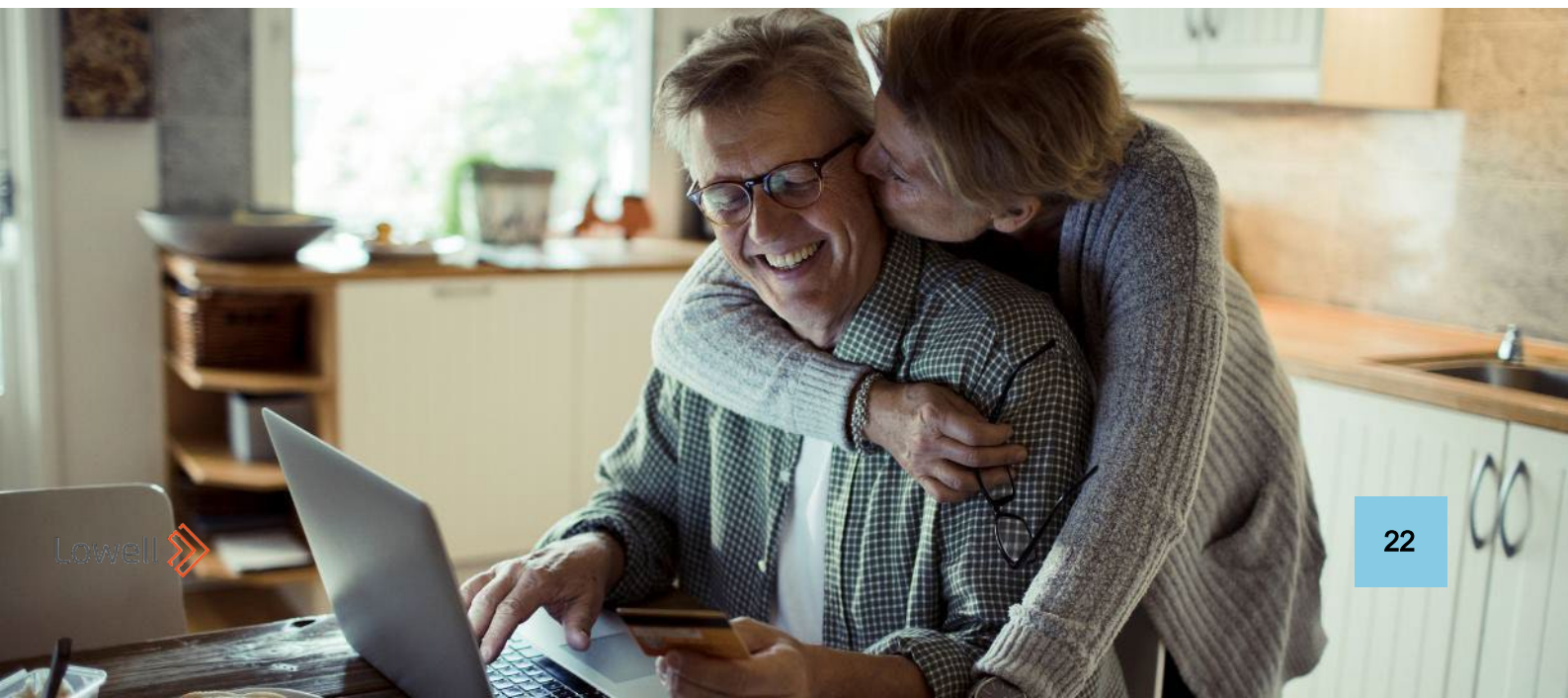
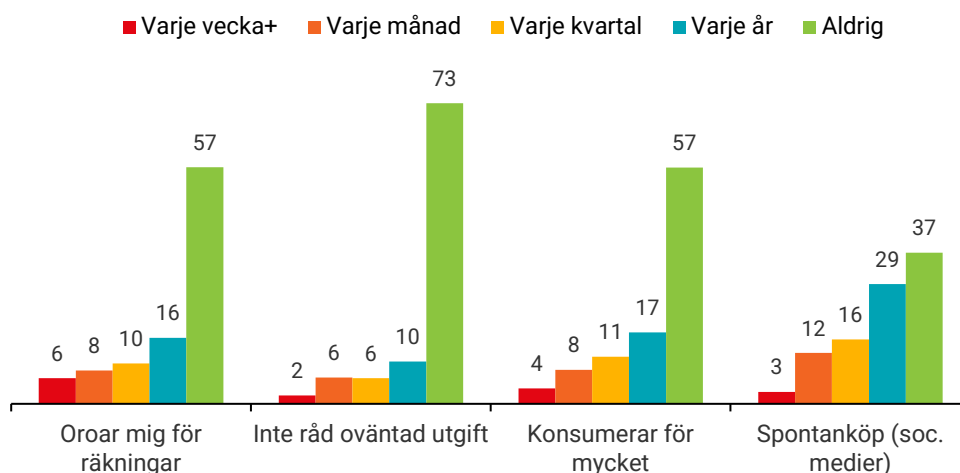


EFFEKTERNA AV PRIVATEKONOMISK ORO

Knappt var fjärde svensk (24 procent) oroar sig minst en gång i kvartalet för att inte kunna betala räkningarna.

Fyra av tio (41 procent) uppger att de minst en gång om året konsumerar för mer än de har. Spontanköp efter reklam i sociala medier påverkar drygt tre av tio (31 procent) minst en gång i kvartalet – ett tecken på att digital marknadsföring har påtaglig inverkan på konsumtionsmönster. Faktum är att bara drygt en av tre (37 procent) uppger att de aldrig handlar spontant efter reklam i sociala medier; knappt tre av tio (29 procent) gör det någon gång per år, och drygt var sjunde (15 procent) någon gång i månaden eller oftare.

Fråga: "Hur ofta händer följande?" (Oro för räkningar, inte råd övändert utgift, konsumerar för mycket, spontanköp). Procent.

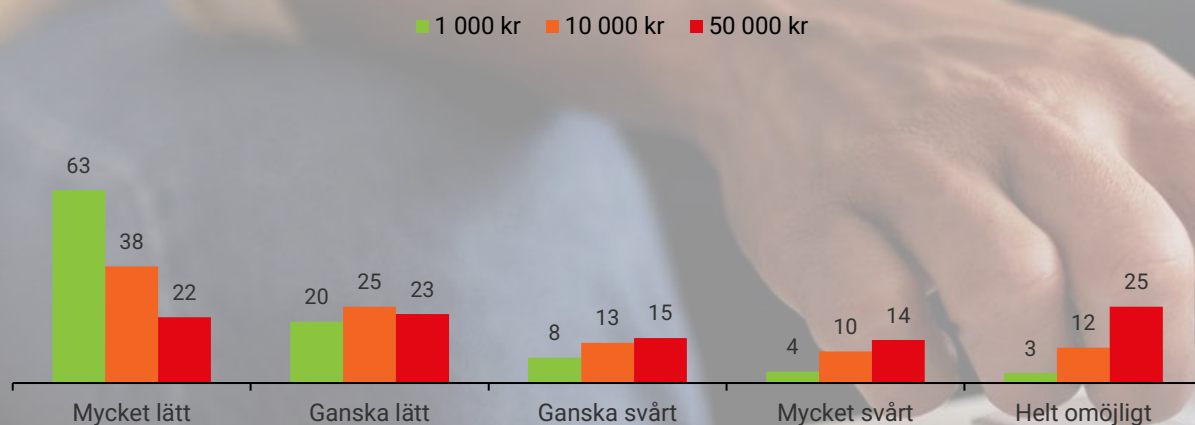


FÖRMÅGA ATT HANTERA OFÖRUTSEDDA UTGIFTER

Drygt åtta av tio (83 procent) kan betala en oförutsedd utgift på 1 000 kronor ganska eller mycket lätt. Men vid 50 000 kronor sjunker den siffran till knappt hälften (44 procent). Var fjärde (25 procent) uppger att det vore helt omöjligt att klara 50 000 kronor.

Det innebär att en oväntad bilreparation, tandvårdsräkning eller annan större utgift kan sätta en fjärdedel av svenska hushåll i en besvärlig ekonomisk situation. Även en 10 000-kronorsutgift är besvärlig för ett av fem hushåll – drygt var femte (22 procent) uppger att den skulle vara mycket svår eller helt omöjlig att klara.

Fråga: "Hur lätt eller svårt skulle det vara att betala en oförutsedd utgift på...?" (1 000 kr, 10 000 kr, 50 000 kr). Procent.



BETALNINGS PÅMINNELSER OCH INKASSO

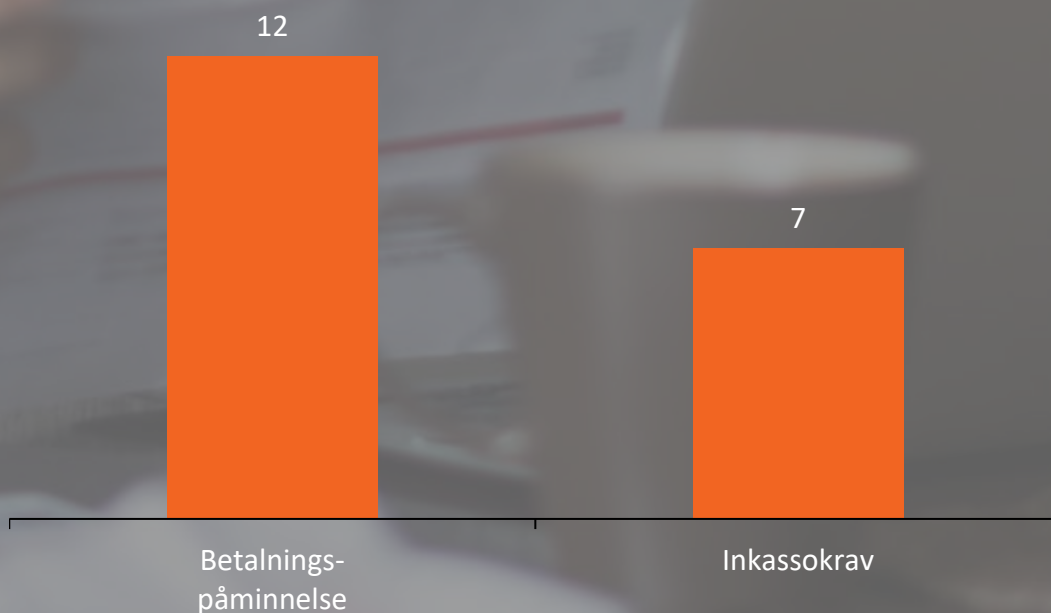
12 procent av svenskarna har fått en betalningspåminnelse den senaste månaden. 7 procent har fått ett inkassokrav.

Unga drabbas hårdast: bland 18–29-åringar har var fjärde (25 procent) fått en påminnelse och drygt var sjunde (15 procent) ett inkassokrav. Bland 65+ är siffrorna bara 4 respektive 2 procent – 18–29-åringar löper alltså sju gånger högre risk att få ett inkassokrav än 65+.

Hushåll med hemmavarande barn sticker också ut – knappt var femte (18 procent) har fått påminnelse jämfört med 10 procent bland de utan barn. Det understryker att ekonomiskt pressade barnfamiljer löper särskild risk att hamna efter med betalningarna.

Bland de med mycket låg ekonomisk trygghet har knappt tre av tio (29 procent) fått en påminnelse och 20 procent ett inkassokrav. Det bekräftar sambandet mellan upplevd otrygghet och faktiska betalningssvårigheter.

Frågor: "Har du den senaste månaden fått en betalningspåminnelse?" och "...fått ett inkassokrav?"



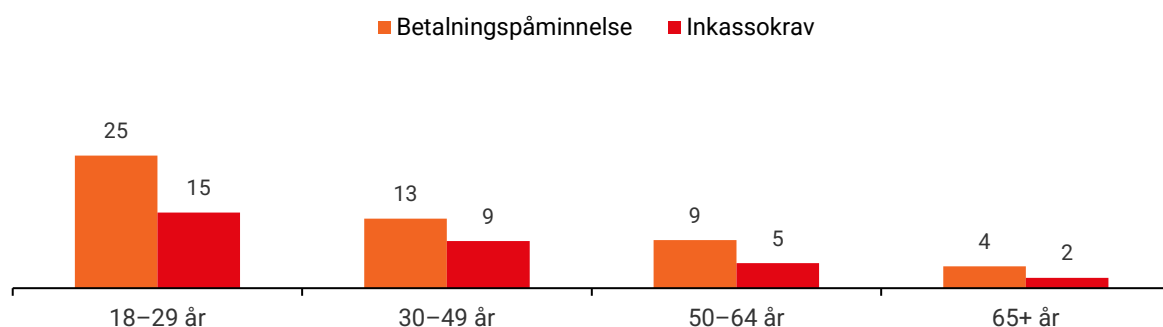
DEM FÅR INKASSO OCH BETALNINGSPÅMINNELSE?

Andel som fått påminnelse respektive inkassokrav senaste månaden. Ålderskillnaderna är slående. Arbetslösa och de med mycket låg ekonomisk trygghet är de mest utsatta grupperna.

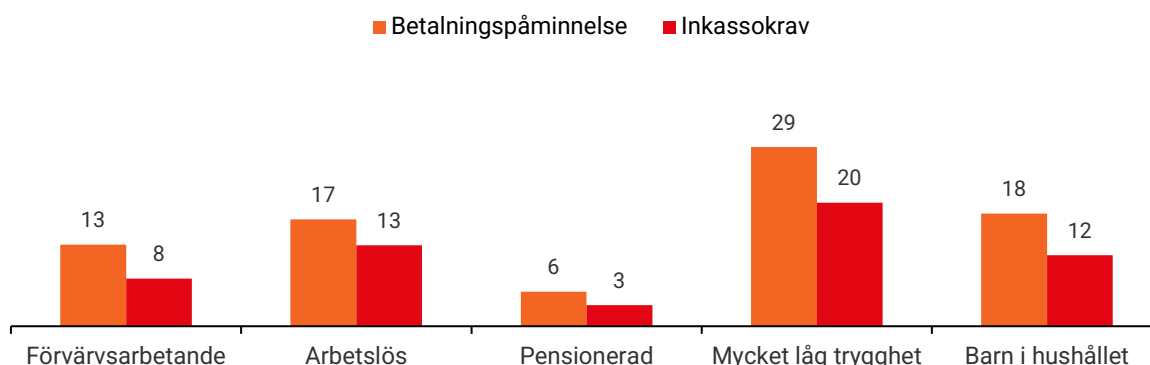
Drygt var sjätte arbetslös har fått påminnelse, och bland de med mycket låg trygghet är motsvarande siffra också knappt tre av tio (29 procent). Hushåll med hemmavarande barn sticker ut: knappt var femte (18 procent) har fått påminnelse, jämfört var tionde (10 procent) i hushåll utan barn.

Bilden pekar i samma riktning genom hela rapporten: det är de grupper som redan står närmast kanten ekonomiskt som också oftast får påminnelser och inkassokrav.

Frågor: "Har du den senaste månaden fått en betalningspåminnelse?" och "...fått ett inkassokrav?" Per ålder, procent.



Frågor: "Har du den senaste månaden fått en betalningspåminnelse?" och "...fått ett inkassokrav?" Per sysselsättning, trygghet och hushållstyp.



SÅ HAR VI GJORT

Betalningsindikatorn är rapporten där vi tar tempen på Sveriges konsumenters privatekonomiska situation.

För att få en överblick över den ekonomiska utvecklingen i Sverige använder vi oss av tre olika metoder.

Den första är att vi hämtar in extern data och analyser från bland annat de stora bankerna. Vi arbetar sedan fram ett konsensus baserat på ett flertal respekterade källor genom en sammanvägning.

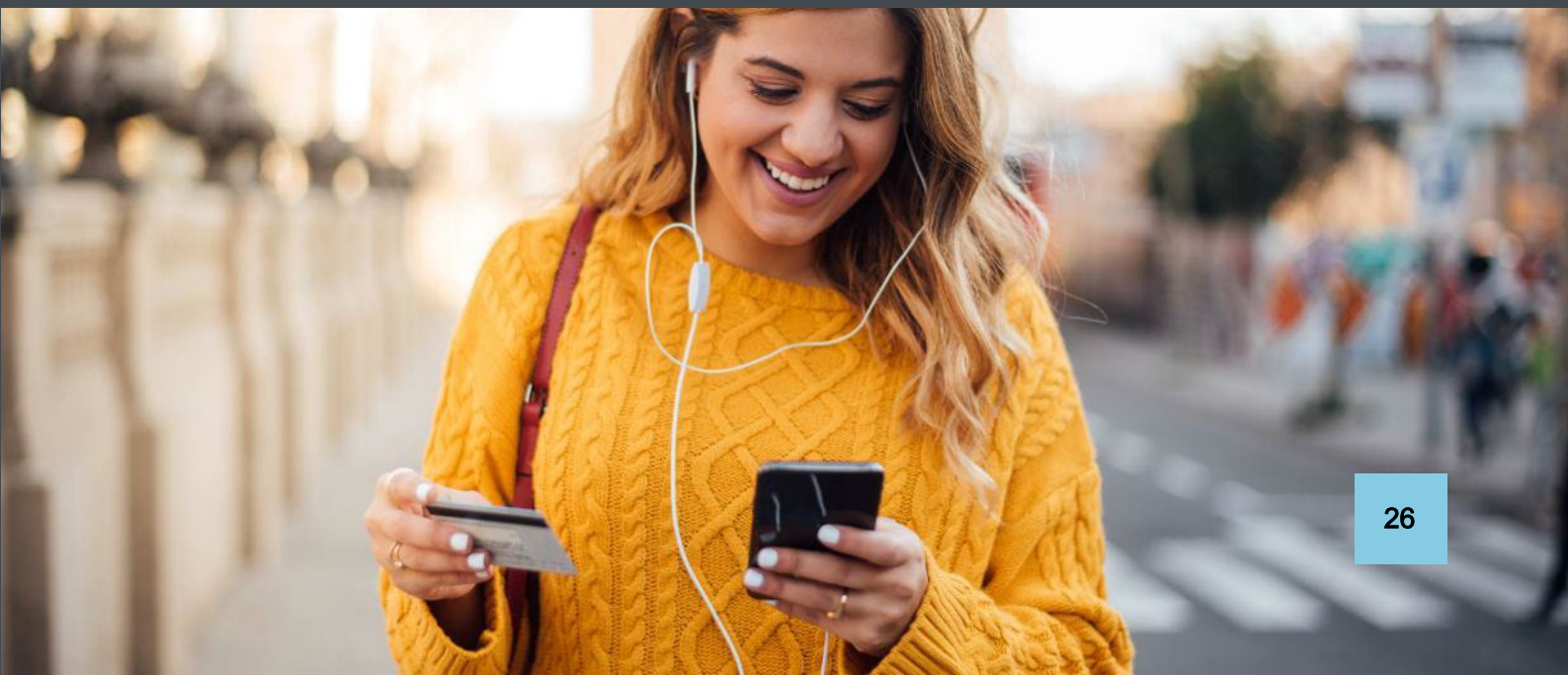
Den andra metoden är att titta på egen interndata. Vi tittar på förändringar i betalningsförmåga och analyserar exempelvis den tid som det tar från att vi skickar en påminnelse eller inkassokrav tills att vi får en betalning. Med de volymer vi har ger det oss över tid en god inblick i hur svenskarnas förmåga att betala sina skulder utvecklas.

Den tredje metoden är att vi går ut och samlar in egen data där vi frågar svenska folket hur de upplever sin ekonomiska situation vid olika tillfällen.

När vi väger samman dessa metoder ger det en helhetsbild.

I år har vi valt att låta undersökningsbolaget Infostat sköta fältinsamlingen av data. Fältperioden var mellan april och 7 maj 2026. Under denna period har vi genomfört 1 501 intervjuer med den svenska allmänheten.

Intervjuerna har genomförts i en slumpmässigt rekryterad webbpanel. Urvalet har kvoterats med avseende på kön, ålder och geografi. Efter detta har resultatet vägts efter kön, ålder, utbildning och politiskt parti för att korrigera för eventuella kvarvarande skevheter i urvalet. Därmed är vi trygga i att det resultat vi presenterar är representativt för hela Sverige.



FRÅGOR? KONTAKTA OSS!

www.lowell.se

● nordics.communications@lowell.com