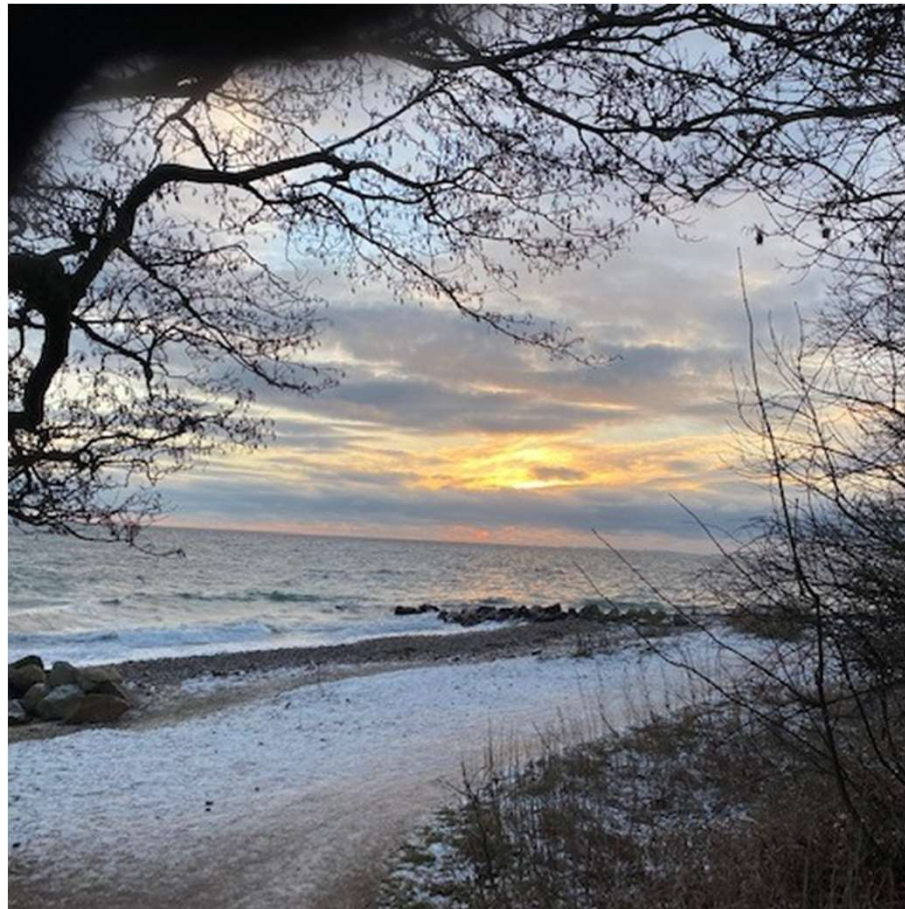


Fremtidens megatrends og familier 2030



Tidsånden

- På vej mod normalisering og en ny tid
- Stadigvæk 2. fase med uenighed om vaccination og restriktioner
- Det sidste år alle en stejl digital læringskurve på nye måder at arbejde, mødes, og have relationer på
- Gode og dårlige erfaringer
- Efterslæb især børn og unge har haft det svært
- Fysisk som psykisk en stor udfordring
- Nuet og tiden som barn og ung



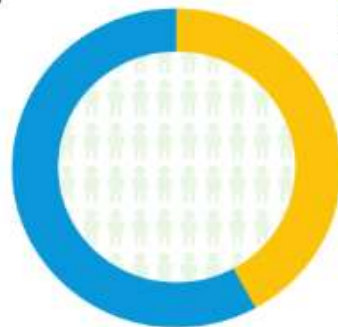
Den usikre Verden!



70,8

millioner er på flugt

41,3 millioner
er på flugt
i eget land



29,4 millioner
er flygtet til et
andet land

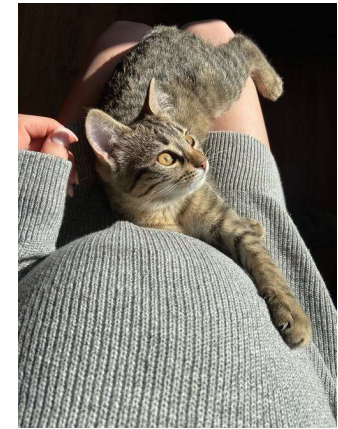
Kilder: Flyktningrapporten 2018, Flyktninghjelpens sentral for internt fordreivne, UNHCR, UNRWA, Tell fra Inngangen til 2019.
Grafikk: Ida Jørgensen Thors/FN-sambandet





Det store forventninger

Happiness = Reality - Expectations



- Vi forventer, at det bliver bedre – helst 2,6% om året
- De store forventninger til vores liv – det materielle og indholdet i livet – især den mentale livskvalitet
- De store krav til livet, tilværelsen og den offentlige og private service
- Fremtidens forældre har store forventninger til de fysiske rammer, indhold og kvalitet og ikke mindst til de systemets og de ansattes viden og imødekommenhed i sundhedsplejen

Sundhedsbølgen



- Det moderne rige menneske er på konstant jagt efter evig frelse
- Sundhed i familien, fritid og arbejde. Forbrug af tid og fritidsartikler vokser
- Øget fokus på sundhed på arbejdsplads, institution og samfundet
- Sundhed – mere fokus det mentale, samspil krop og sjæl og aktiviteter
- Giga vækst i det private selvvalgte sundhedsmarked!

Den uforudsigelige Individualisering



- Tradition og ritual er til forhandling og under evig forandring i individ, familie og enkelte land/kultur
- Do It Yourself (DYI) - en del af den bølge, hvor køn, familie, livsform og opdragelse skal definere, hvem vi er
- Vi vil selv vælge den rette måde at leve og drive familie på og alle skal respektere det, vi vælger...
- Mange holdninger og ikke mindst følelser

Længsel efter nærvær og det lokale

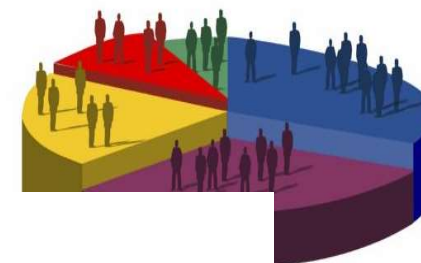
- De mange krav på den offentlige arena
- Uanset alder større behov for at høre til;
 - Det lokale og det fysiske
 - De uformelle relationer i hverdagen
- Efterspørgsel efter den ”ægte vare” i form af nærvær, dialog, forståelse og reelt engagement fra menneske og system



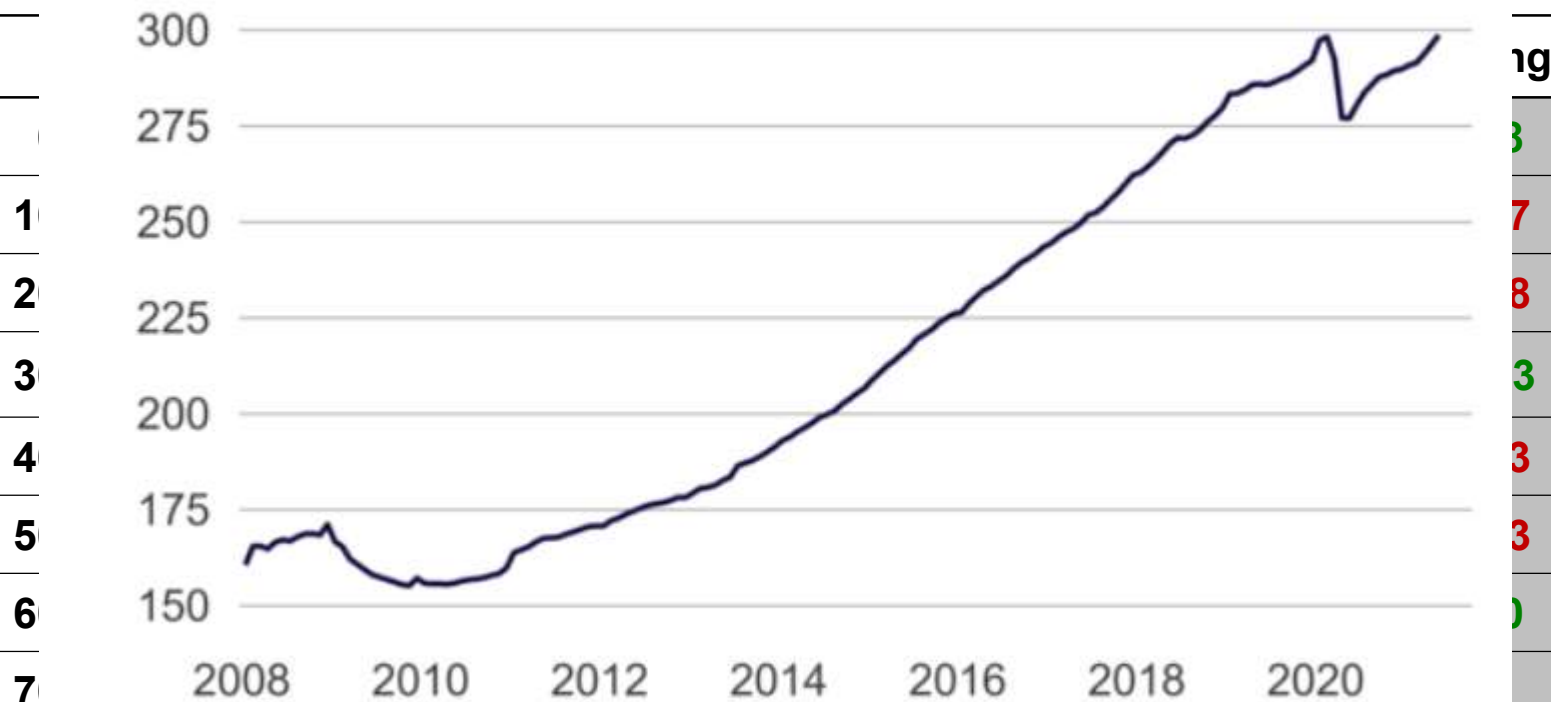
Nutidens og fremtidens familietype og mennesker



Demografi Danmark



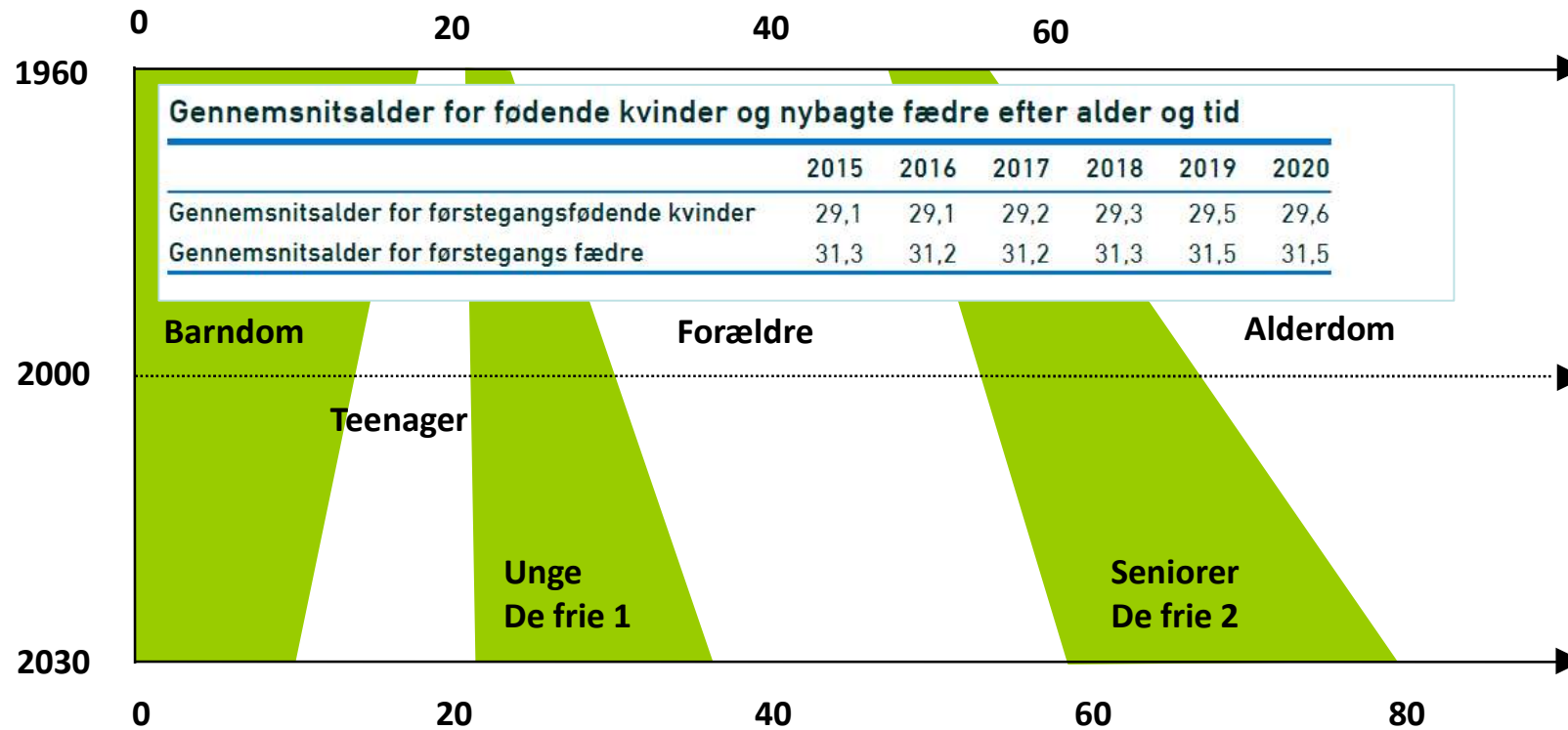
Rekordmange udenlandske beskæftigede
1.000 personer



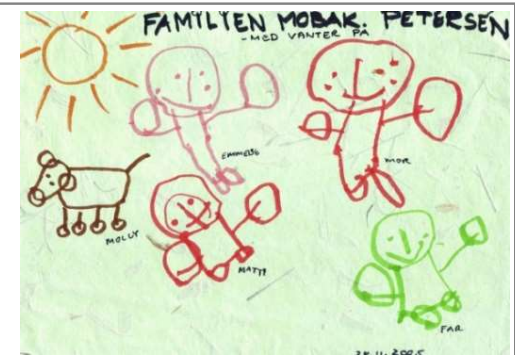
Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering, Berlingske

1	250	7	
2	225	8	
3	200	3	
4	175	3	
5	150	3	
6		0	
7			
8		4	
90 +	45457	65241	19784
I alt	5839954	6065372	225418

Livsfaser



Fakta om familien



- **72% bor sammen med far og mor (ca. 60% i Kbh)**
- **65% af danske børn vokser op med begge deres biologiske forældre (ca. 50% i Kbh)**
- **18% af børnene har en enlig forsørger (2% en enlig far)**
- **10% bor med forsørger og ny partner**
- **Der er også mange andre regnbue, selvvalgt alene mor og far – en transkønnet på vej til at blive mor....**
- **Familien er blevet et positivt personligt valg og de nære relationer har større betydning (Fremforsk 2017)**

Fakta om familien



- **Børn og unge i kernefamilier føler selv en bedre trivsel og større selvværd end børn og unge i stedfamilier og eneforsørger (SFI 2010, 2014, 2018) på vej 2022**
- **Det er åbenbart en større udfordring med leve med stedforældre og papsøskende**
- **De svageste på socioøkonomiske baggrundsfaktorer er indvandrere og folk med anden baggrund. 4 ud af 10 børns forældre uden arbejde!**
- **Skolen presser på trivslen (2018) (2020) for nogle den daglige frygt.....**

Forældre i generation Z og Y



Generation Y

Den mindste generation
 Kvinder ud på arbejdsmarkedet
 Pc, mobiltelefon
 Født 1980-89

Generation Z

Mellemlægsgeneration
 Stor familieværdier
 Projekt- og curlingbørn
 Digital natives
 Født 1990-2001

New Millenium

Efter 9-11 generationen
 Kulturel homogen.
 1. verdensborgergen.
 Wi-Fi (Wireless internet)
 Født 2002 -



Generation Y født 1980 til 1989



- **De kolde 80'ere - kolde krig, punk, krise og AIDS**
- **I 1980 var ca. 68 % af danske kvinder erhvervsaktive**
- **Første store generation af institutionsbørn**
- **Digitale sociale Zappergeneration**
- **Glade og positive opvækst i 90'erne og 00'erne**
- **Unge i 00erne – blot vælge, hvad du har lyst til**
- **Mobiltelefon 1982 - Walkmann og movieboks**

Camilla, Louise, Anders og Christian



- De er mellem 30 og 40 år
- Digitale storbrugere
- Det virtuelle liv med venner og bekendtskaber
- De 3 F'er – Fritid, Fællesskab og Frihed (2009)
- De store forventninger og krise – Chokket i 2008
- Fra forbrug til fornuft og forsigtighed
- Genbrug, madspild og iscenesættelse af den rette adfærd og som forældre



Generation Z

født 1990 til 2001
20 til 31 år



- **Julie, Line, Frederik og Jonas**
- **En ny verden med håb og optimisme**
- **De første børn, som får en stemme i familiedemokratiet**
- **Internet, gamers og sociale medier**
- **Individuelle læreplaner i skole og dags institution**
- **(2003 og 2004)**
- **Senere finanskrise - fornuft , PISA og Performance.**

Karakteristika



- Emma er vokset op med at være i centrum og individuelle tilgang fra hjem og de professionelle
- Løbende feedback på styrker og svagheder
- Sofie er god til indgå i forskellige situationer og skifte roller/værdier afhængig af, hvem hun er sammen med
- Mads er selvstændig og selvsikker på noget
- Mathilde gider ikke flere regler og politikker, når hun selv kan bestemme.

Performance!



- **Materielt og indflydelse på liv langt større**
- **Uddannelse, arbejde, venner og sociale medier i gang hele tiden**
- **Mange er meget opmærksomme på at måle sig og sammenligne med de andre unge på mange områder fagligt, socialt og fysiskKonstant**
- **De vil gerne være stolte af deres liv ikke mindst deres graviditet, børn og kunne fortælle de andre, hvor godt det går for dem!**

De Digitale Indfødte

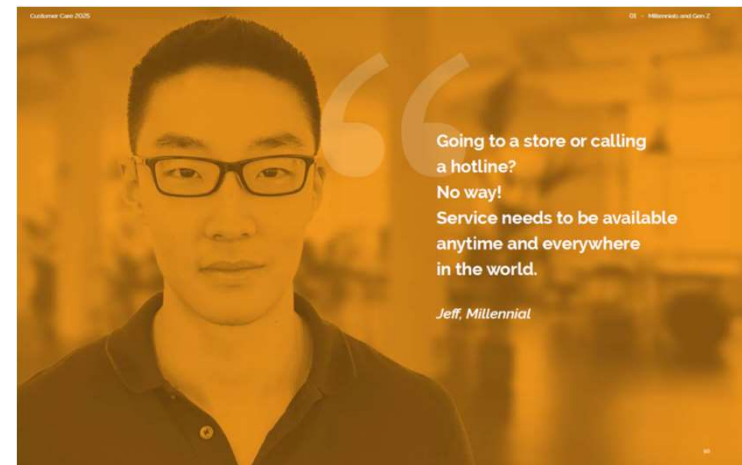


Digital Natives



- **Sharing is caring = dyrke venskaber og føle i live.**
www.youtube.com, www.facebook.com,
www.snapchat.com, www.instagram.com, Twitter mv.
- **Nutiden og fremtidens unge skræddersyer egne lukkede kredsløb på sociale medier**
- **Gaming og next level – Belønning hele tiden**
- **Hurtig arrangere fælles grupper – mødre, mod noget eller for noget**

Generation Y og Z Service



- **Hurtig, nem, lækker og smart design**
- **24/7 – What ever – When ever - uanset tid og sted**
- **Interaktiv og intuitiv**
- **Engageret og god attitude – når man møder et menneske**
- **”Når man bevæger sig ud den fysiske verden !”**

Tid på børneomsorg

Tabel 3 Fædre og mødres tid brugt på børneomsorg 2001, 2008 og 2018

	2001	2008	2018
Gns. ugedag timer: min *			
Mødre	1:56	2:00	2:55
Fædre	1:07	1:27	2:15

* Note: På aktive omsorgsdage

Kilde: Bonke (2009); ROCKWOOL Fondens Forskningsenhed.



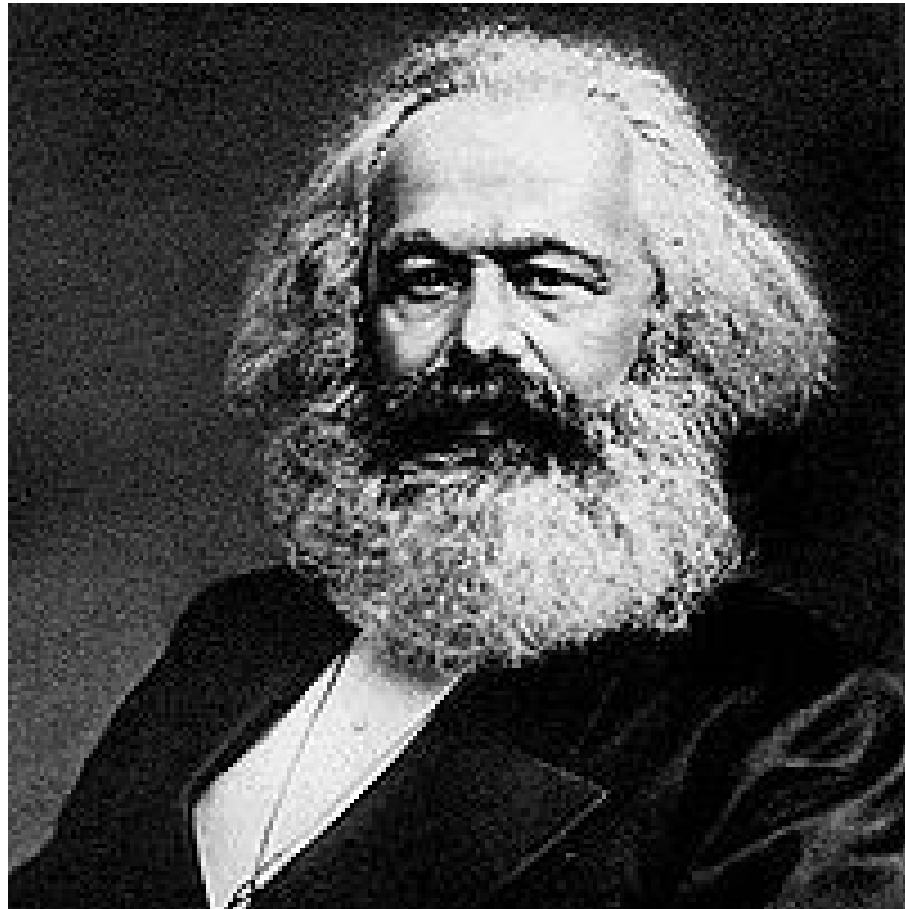
Modern Family



- **Både far og mor "Vi vil det bedste for vores børn"**
- **Sundhed, økologi, klima og vegetar**
- **Alle potentielle talenter skal foldes ud!**
- **Børn lærer hurtigt forhandling og indflydelse**
- **Løvindemor vågner let – og forsværer sine børn mod sygeplejerske, arbejdsgiver, skole, institutioner mv.**
- **Fars behov overses ofte ved syge børn**
- **Store forventninger til den individuelle tilgang og engagement i det enkelte barn og familie!**

Polarisering!

- **Middelklassen**
 - **Ressourcer, frivillighed og tilbud**
 - **De er optaget af egen og familien ve og vel**
- **Underklassen = ingen uddannelse, ensomhed og sygdom**
 - **De har få til at kæmpe for sig – netværk**
 - **Feltarbejdere – De skal holdes i hånden og vise den gode vaner og opdragelse**
- **Det udfordrer system– vi er nødt til at udvikle forskellige tilgange**



New Millenium født 2001 til 2012



Digitale superbrugere eller forbrugere



- I 2. til 6. klasse bruger 50% Youtube eller Vlogs på daglig basis
- 39 % har kontakt med venner hver dag
- 7 ud af 10 børn har en mobil som 10 årig
- Hver 3. barn mellem 6 og 9 år er på nettet uden en voksen
- De lærer engelsk via spil, kommunikation og underholdning

Formål SOME

Hvad bruger man sociale medier til?

9 ud af 10 unge bruger sociale medier som en udvidet samværs- og kommunikationsarena. Undersøgelsen viser, at de flittigste brugere er dem, der også er mest sociale i den fysiske virkelighed. Er man social i den fysiske virkelighed, er man det altså også i den virtuelle, og ofte er det da også de samme personer, man "hænger ud med" on- og offline (Livingstone og Sefton-Green 2016). Ud over samværsarena fungerer sociale medier som en vigtig underholdningsarena, ligesom den for halvdelen er en vigtig kilde til viden om begivenheder, man ikke må gå glip af. For 3 ud af 10 er sociale medier en vigtig nyhedskilde – denne funktion bliver vigtigere med alderen, og for unge i aldersgruppen 15-24 år er den endda den vigtigste nyhedskilde overhovedet (DR Medieforskning 2019).

Jeg bruger sociale medier for ...

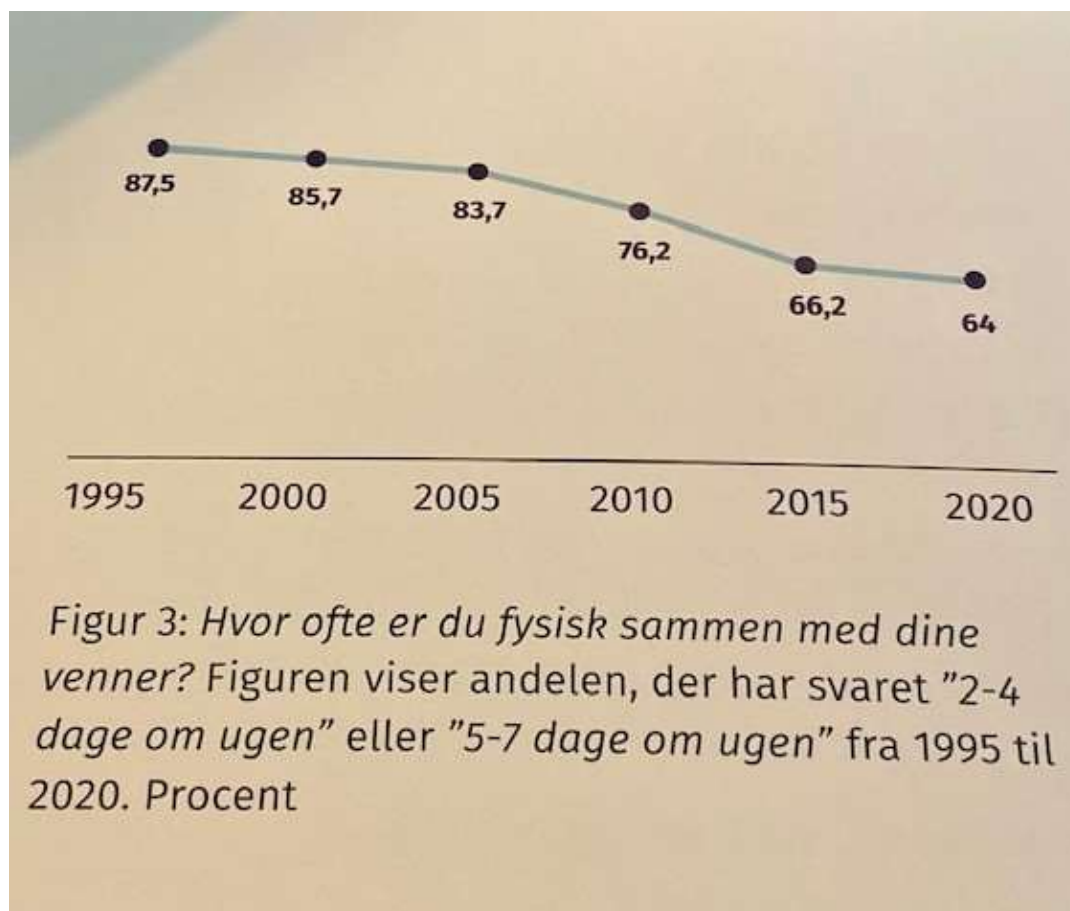


Figur 2: Hvad bruger du sociale medier til? Flere svar kunne vælges. Procent

Jagten på frirum ved Simon Haugegaard
og Søren Østergaard 2020

Fysiske sammen i fritiden i 7. - 9.klasse! 1995 - 2020

Jagten på frirum ved Simon Haugegaard og Søren Østergaard 2020



Fremtiden Sundhedsplejerske



Den løbske sundhedsarena

- De mange signaler og budskaber fra officielle myndigheder, eksperter og selvbestaltede sundhedsapostle platforme, blogs, private konsulenter
- De mange nye bøger og budskaber hver dage og time
- Konkurrence for sundhedsplejen
- Usikkerhed og hvem skal man lytte til?



Faglighed



- Høj specialiseret faglig viden
- Garanten for at den service og omsorg I yder er baseret på den nyeste faglige viden.
- **Navigator** i en meget kompleks og forvirrende verden for os, som ikke har jeres faglighed, men som vil det bedste. Giv os et kompas.
- Stiller krav til faglighed og løbende opdatering!

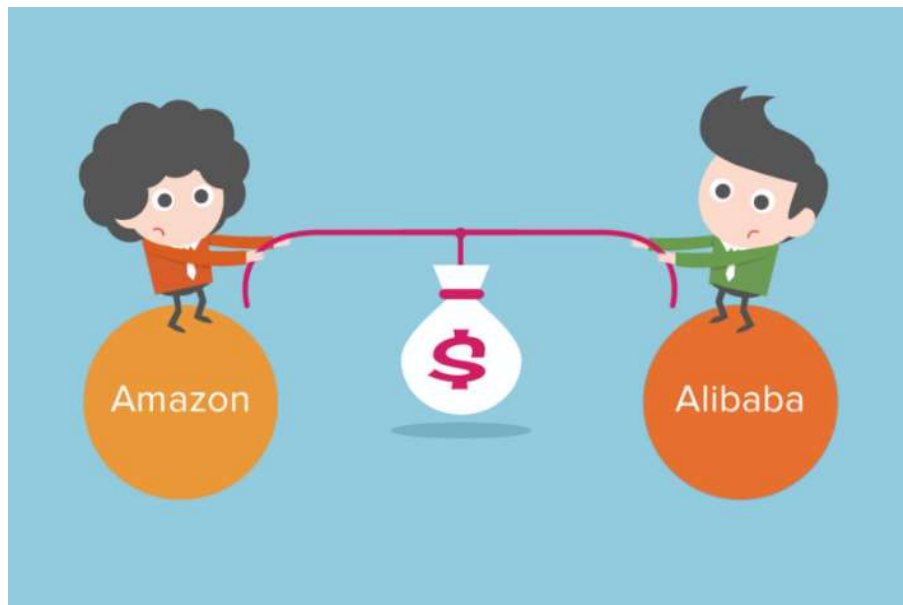
Rolle og relation



- **Relations måden – mere ligeværdig og ofte med egen mening og tilgang fra forældre, børn og ung**
- **Mange har allerede undersøgt rigtigt meget om fødsel, sygdom og det at være familie**
- **Den professionelle – får rollen som coach, støtteperson**
- **Det kræver argumentation og forklaringer**
- **Tid og indlevelse i den enkelte patient og forældre pars behov – One size does not.....**

Digitale service interface

- Uber, AirBnb og GoMore
- Tech branchen vil søge at sætte sig på alt
- De er rigtig gode til kundeservice og kundebetjening 24/7 what ever – when ever
- Forkorte vej til information og service hos sundhedsplejersken og kommune
- Hurtig og intuitiv viden om service og kontakt
- Dr.Watson Jill
<https://www.youtube.com/watch?v=WbCguICyfTA>



Mangfoldig tilgang

- Forskellige ønsker og krav afhængig af generation, kultur, sociale forhold mv.
- Fagligt kompetente mennesker, som yder os den optimale "personalized" service
- Før, selve og efter service tilpasset behov og ønsker



Opsamling

- **Hvilke nye indsigter fik du i forhold til**
- **Verden**
- **Samfund**
- **Forældre**
- **Din egen rolle**

- **Tal et par minutter med sidemand**



Generationer i Danmark fra 1919 til 2019

- Ny bog af Marianne Levinsen:
7 Generationer
- Print og e-bog format
- Gratis på e-reolen
- Bygger på indgående
dybdeinterview med mere end
600 danskere
- **Værdier, forbrug og levevis nu
og i fremtiden**
- Print 150 kr., e-bog 149 kr
- <https://www.fremforsk.dk/bestilling-bog/>



Marianne Levinsen

www.fremforsk.dk

- Cand.scient.pol. AU 1992, Institut D'Etudes Politiques de Paris og Stanford University
- Ekspert på fremtiden siden 2006 arbejdet professionelt med fremtiden i form af foredrag og analyser for danske, nordiske og europæiske organisationer
- Forfatter og ekspert i aviser og dagblade
- <https://www.fremforsk.dk/profil/>
- <https://www.linkedin.com/in/marianne-levinsen-a565726/>
- <https://www.bestyrelseskvinder.dk/find-bestyrelsesmedlem/?ew-text=marianne+levinsen>
- Mlev@fremforsk.dk
- +4520674501



Pause

