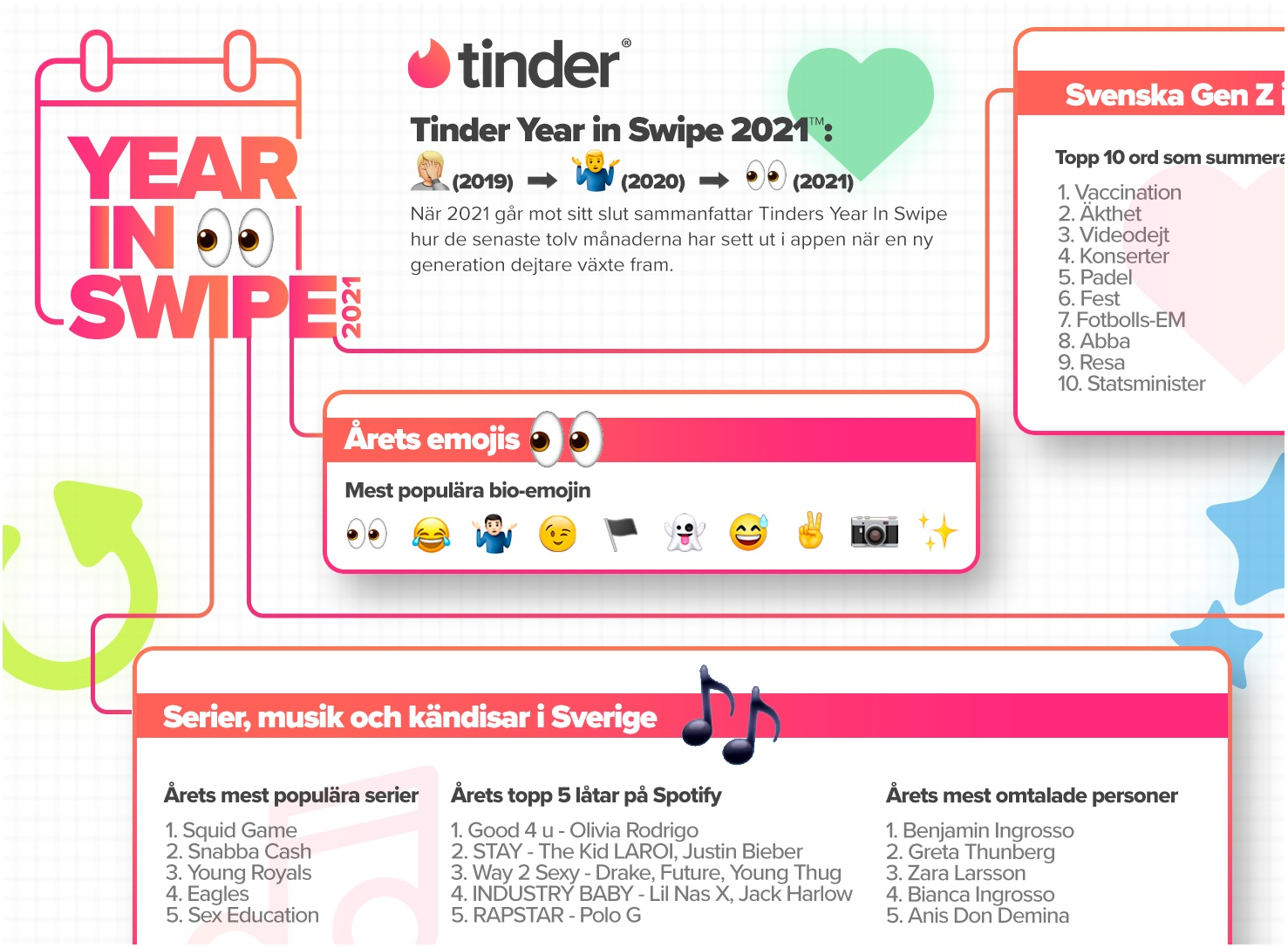
Tinder Newsroom

Tinder Year in Swipe 2021™:



6 DECEMBER, 2021: Om 2019 var året då face-palm bäst beskrev vår tillvaro, och 2020 tillhörde shrug-emojin som en sammanfattning av ovissheten* , så är 2021 året då vi utväxlade osäkra blickar medan dramat runt om i världen fortsatt utspelades framför våra. Tinders Gen Z medlemmar höll det enkelt och ärligt när de dejtade 2021; från blickar i samförstånd till oväntade första möten och prat om vaccinationer.

2021 - sneglingarnas år

Miljoner emojis återfanns i medlemmarnas bios, men den som stack ut mest var Sneglingen som ökade globalt med hela 40% i användning när medlemmarna uttryckte både optimism och skepticism över året.

URL och IRL

Under 2021 träffades medlemmar både digitalt och i verkligheten på post-vaccin dejter. Video dejtandet blev en norm och ordet “videosamtal” ökade med 52% i medlemmarnas profiler globalt. Trots att den yngre generationen har varit bra på att lära känna varandra digitalt var dem inte på något sätt redo att helt släppa taget om verkligheten och att ses IRL, och ord som “i närheten” och “nära” ökade med 20% globalt - ett bevis på att man fortfarande vill dejta IRL och att träffa folk som bor nära.

Förslag på en första date innehöll såväl “mysigt” som “utomhus”

En middag för två är passé! Under 2021 lärde vi oss att en första date handlade mer om aktiviteter än icebreakers. Avskalade och lite mer udda aktiviteter med fokus på att verkligen ha kul och lär känna varandra blev allt vanligare förslag bland medlemmar. Tinder såg dejtingaktiviteter som ”picknic”, ”gå på konsert” och ”åka skridskor” poppa i svenska profilbeskrivningar under året. “Padel” omnämndes fem gånger så ofta i svenska profiler 2021 jämfört med 2020 och blev en av årets mest populära dejtingaktiviteter**.

Att vara vaccinerad var attraktivt

Under ett år där vaccinering stod högst upp på checklistan inför en date, och sedan berätta om sitt liv som vaccinerad fick Tinders Gen Z-medlemmar att känna sig säkrare när de träffade någon ny. Allt eftersom vaccination-insatserna accelererade hade ordet “Vaccin” ökat med 37X i svenska profiler mellan januari och november 2021. “Vaccinerad” peakade i augusti när svenska generation Z (18+ år) erbjöds vaccination***.

Små gester gjorde störst avtryck

Det var de små gesterna som uppskattades mest. Omnämnanden av “små saker” ökade globalt med 30% från förra året, då Tinder-medlemmarna delade sin uppskattning för de små glädjeämnena i livet. I Sverige var det små, men välmenande gester som att ”visa uppskattning”, ”ge en komplimang” och ”bjuda på kaffe” som gjorde medlemmarnas dag***.

Musik att dejta till

Musik toppade listan av de intressen som Tinder-medlemmarna valde att delade med sig av 2021 och låtvalen som visades i profilerna under året avslöjade en del om medlemmarnas humör. De ärliga känslorna i Olivia Rodgrio’s good4u och Kid Laroi & Justin Biebers STAY hamnade överst på listan bland signaturlåtarna hos Tinders medlemmar 2021.

Källa

Globala omnämnanden i profilbeskrivningar på Tinder är tagna från perioden 1 januari 2021 och 30 november 2021
* mest populära emojin från Year in Swipe 2019 and 2020
** omnämnanden i svenska profilbeskrivningar maj 2020 jämfört med maj 2021
*** omnämnanden i svenska profilbeskrivningar från 1 december 2020 till 30 november 2021

Tinder och Year in Swipe är varumärken som ägs av Match Group, LLC.

Om Tinder
Tinder lanserades på ett collagecampus 2012 och är idag världens mest populära app för att träffa nya människor. Tinder finns tillgänglig i 190 länder, på över 40 olika språk, och är idag den snabbast växande appen i världen, utöver mobila speltjänster. Appen har fler än 450 miljoner nedladdningar och hittills lett till över 65 miljarder matchningar.

För mer information vänligen kontakta:
Lie Barrén
Presskontakt Tinder Sverige
tinder@isobar.com

Pressbild Year In Swipe PSD
(26.3 MB)

Additional assets available online: Bilder (1)

https://se.tinderpressroom.com/news?item=122513