

Hur social distansering lärde oss att umgås utan att träffas

När COVID-19-pandemin under våren stängde ner hela världen, öppnade vi upp oss som aldrig förr. Med kreativt tänkande och med hjälp av digitala lösningar omvärderade vi definitionen av mänsklig interaktion. Nu när vi har fått tillbaka en del av fotfästet, försöker vi föreställa oss "det nya normala" och kan konstatera att pandemin för alltid har förändrat vår syn på sociala relationer.

Den sociala distanseringen gjorde oss till digitala dejtingproffs. Att stanna inne och swipa

på Tinder blev ett sätt att umgås och bland svenskar under 25 år uppmättes vid kulmen ett ökat swipandet med 60% - den näst högsta volymen* globalt sett. Det var Italien som tog hem förstaplaceringen med en ökning på hela 67%, medan Korea med sina aktningsvärda 55% tog tredjeplatsen.

Många tillbringade dagarna hemma i isolering med att ödmjuka skryta om hur mycket toalettpapper och handsprit de hade i lager, och i slutet av mars trendade fenomenet bland Tinder-användarnas profiler. Immunitet mot viruset blev också ett populärt samtalsämne i meddelanden mellan användarna.

Det är framför allt den yngre Generation Z (18-25 år) som leder vägen för hur man kommunicerar och interagerar online. I mitten av april skickade svenska Gen Z-medlemmar i genomsnitt 59% fler meddelanden jämfört med de som är 26 år och över.

Och nu ger Tinder oss fler samtalsämnen. Ingenting driver ett samtal framåt som gemensamma intressen och upplevelser, men för dig som har tröttnat på att prata om COVID-19 så introducerar nu Tinder två nya sätt att förstärka din profil och dina sökningar efter en potentiell matchning:

- Prompts - en ny app-funktion som låter medlemmarna svara på frågor eller avsluta en mening som sedan inkluderas i profilen. Är du ett fan av olösta mysterier? Gillar du Animal Crossing? Är 🗝 till ditt ❤️ söta 🐱? Låt i så fall dina potentiella matchningar veta det och du har perfekta icebreakers till dina meddelanden.
- Gemensamma Intressen - En ny funktion som Tinder snart lanserar i Sverige och i övriga världen. Intressen är ett lika enkelt som effektivt sätt att göra din profil mer attraktiv, och dessutom lära dig mer om potentiella matchningar när du bläddrar bland andras profiler. Är du en foodie? Triviaexpert? Disney-fanatiker? Lägg till dina intressen i din profil och låt andra ta initiativet.

*Swipe volym/swipe aktivitet definieras som när en medlem swipar vänster eller höger på en profil.

Metodik

Uppgifterna samlades in från mars till maj 2020. Information som ingår i denna kampanj representerar övergripande Tinder-trender, inte personlig information från någon specifik, identifierad individ eller medlem. Appaktivitet, meddelanden och profildata är representativa för global Tinder-aktivitet mellan mars och maj 2020. När analysen refererar till "kulmen" hänvisar detta till den högsta punkten i en metrisk mätning genomförd under perioden mars - maj 2020.

För mer information, vänligen kontakta

Isobar

Andreas Sjöstrand

073513 71 40

andreas.sjostrand@isobar.com

Tinder föddes på ett universitetscampus 2012 och är världens mest populära app för att träffa nya människor. Tinder har laddats ner över 340 miljoner gånger och är tillgänglig i 190 länder och på 40+ språk. Tinder har fler än 6 miljoner prenumeranter och är den mest intäktsbringande appen i världen som inte är ett spel.

Additional assets available online:  [Bilder \(2\)](#)

<https://se.tinderpressroom.com/news?item=122476>