EMBARGO TILL ONSDAG 3 DECEMBER 2025, 00:01 CET

TINDERS YEAR IN SWIPE™ 2025

Nu lanserar världens största dejtingapp, Tinder, sin årliga trendrapport Year in Swipe. Rapporten visar bland annat att årets singlar har varit hoppfulla och inte nöjt sig vid lägsta möjliga. Under 2026 väntas singlarna visa tydlighet, självförtroende och starka åsikter.

Stockholm, den 3 december 2025 - Trots att året börjar lida mot sitt slut, har dejting med tydliga avsikter bara börjat. Tinders *Year in Swipe™ 2025* avslöjar hur unga singlar trycker på reset-knappen för romantiken genom att skippa förvirring, tyda intentioner och återupptäcka glädjen i att connecta.

Om 2024 handlade om avsiktligt dejtande, blev 2025 året där tydlighet stod i fokus. Singlar saktade ner tempot , var närvarande och började säga vad de faktiskt menade. Enligt Tinder går unga singlar in i 2026 mer öppna, ärliga och emotionellt nyanserade än någonsin[1].

Trenden om att det är pinsamt att ha pojkvän höjde ribban
Årets virala trender, från “det är pinsamt att ha pojkvänner” till ökningen av “soft launch”, visade att singlar inte är rädda för kärleken, utan att de omdefinierar den på sina egna villkor. Där relationer tidigare signalerade status, ser dagens dejtare självuttryck och autonomi som den ultimata flexen. På Tinder märks skiftet i självsäkra trender som *Clear-Coding*, *Hot Take Dating, Friendfluence* och *Emotional Vibe Coding*, där autencitet, emotionell tillgänglighet och till och med lite djärv ärlighet är de nya kännetecknen för attraktion. Dejting är inte cringe utan handlar om att äga sin egen story.

– Vi har alla tillräckligt nog att hantera i vardagen och dejting ska inte kännas som en ännu deadline. Singlar letar efter att mötas på ett enkelt, ärligt och roligt sätt. De är färdiga med att övertänka varje meddelande och överanalysera varje matchning. Dejting ska ge gnista, inte mer stress. Den energin syns redan i det som formar 2026 – singlar säger exakt vad de vill,

[1] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder (“2025 International Opinium Survey”).

står för vad de tror på och leder med ärlighet och öppenhet. Att vara emotionellt tillgänglig gör dig inte cringe. Det gör dig intressant, säger Melissa Hobley, Chief Marketing Officer på Tinder.

DEJTINGTRENDER SOM KOMMER DEFINIERA 2026 👀

💬**Clear-Coding - När intentioner äntligen kommer med undertexter:** Unga singlar är färdiga med tolkningar och gisslekar. Istället Clear-Codar de sina intentioner och säger exakt vad de är ute efter, oavsett om det är en riktig dejt, en fling eller en seriös relation.

Med 64 procent som säger att emotionell ärlighet är det dejtingvärkden behöver mest och 60 procent som efterfrågar tydligare kommunikation kring intentioner, håller dagens dejtare det enkelt och säger som det är[2]. Faktum är att 73 procent uppger att de vet att de gillar någon när de kan vara sig själva runt personen i fråga.

76 procent säger att de använder AI för att förbättra sin dejtingresa. De mest populära sätten är att använda AI för att föreslå dejtidéer (39 procent), välja foton (28 procent) och att få hjälp med profiltexter (28 procent)[3].

🔥**Hot-Take Dating - Attraktion kommer med åsikter**: Att stå för något är definitivt viktigt för flera unga singlar då 37 procent säger att delade värderingar är absolut nödvändigt inom dejting. Medan 41 procent uppger att de inte skulle dejta någon med andra politiska åsikter, säger nästa hälften (46 procent) att de skulle överväga det. Kvinnor (35 procent) är mycket mindre öppna för det än män (60 procent).[4]

Det handlar inte om att skapa splittring, utan om att vara autentisk. Dejtare matchar stolt utifrån sina principer, från jämlikhet till empati. De största dealbreaksen är inställningar till antirasism (37 procent), familjevärderingar (36 procent). HBTQIA+-rättigheter (32 procent). Och när det gäller värderingar toppar fortfarande vänlighet listan, där 54 procent säger att otrevlig personal är deras största ick[5].

💞**Friendfluence - Dina bästisar blev din magkänsla:** Den riktiga matchmakingen under 2026 ägde rum i gruppchatten. 42 procent av unga singlar säger att vänner påverkar deras dejtingliv och 37 procent planerar att gå på grupp- eller dubbeldejter under nästa år[6]. Vänner

[2] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder (“2025 International Opinium Survey”).
[3] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder (“2025 International Opinium Survey”).
[4] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder (“2025 International Opinium Survey”).
[5] A survey of 4000 18-25 year olds who are actively dating in the US, UK, Canada and Australia between October 2025 and November 2025 conducted by Opinium on behalf of Tinder (“2025 International Opinium Survey”).
[6] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder (“2025 International Opinium Survey”).

har officiellt blivit de emotionella andrepiloterna i modern dejting. Deddutom uppger 34 procent av singlarna säger att deras vänners relationer ger dem hopp för framtidens dejtande[7].

Om din match inte blir godkänd av vännerna i gruppchatten under 2026 är de ute[8]. Det bekräftas av populariteten hos Tinders nya funktion under året. Nästan 85 procent av användarna av Tinder Duos är under 30 år och kvinnorna är nästan tre gånger mer benägna att "gilla" och matcha med ett par jämfört med individuella profiler[9]. Konversationer mellan Duo-användare tenderar också att innehålla fler meddelanden, där användarna i genomsnitt skickar 25 procent fler meddelanden per match än i enskilda chattar[10].

💖**Emotional Vibe Coding** - **Emotionell tillgänglighet är HETT och emotionell buffring är UTE**: Dejtare år 2026 kommer att balansera prat och känslor, vilket visar att de vill ha meningsfull kemi utan att det blir emotionellt överkomplicerat. 56 procent säger att ärliga samtal är viktigt, 45 procent vill ha mer empati efter ett avslag, och "hoppfull" är det ord som bäst beskriver dejting 2026[11]. Kort och gott: att hoppas är hett och singlar är inte rädda att visa det!

Väljd något lekfullt och kravlöst till första dejten, som en promenad eller en kaffe då singlar söker någon som matchar deras tempo. 35 procent söker en "Low-Key-Lover" (33 procent av kvinnorna, 38 procent av männen) som är chill, undviker drama och har rätt vibbar. Och eftersom de inte är rädda att känna, säger 28 procent att de gillar att ha en crush, oavsett om det leder någonstans eller inte[12]. Det är ett bevis på att "dejta för innehåll" inte alls har försvunnit.

[7] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder ("2025 International Opinium Survey").
[8] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder ("2025 International Opinium Survey").
[9] Tindes globala intern data från juni 2025 till oktober 2025.
[10] Tinders globala interna data från juni 2025 till oktober 2025..
[11] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder ("2025 International Opinium Survey").
[12] En studie med 4000 18-25-åriga, aktivt dejtande från USA, Storbritannien, Kanada och Australien mellan oktober-november 2025. Genomförd av Opinium på uppdrag av Tinder ("2025 International Opinium Survey").

VAD SOM TRENDADE PÅ TINDER 2025[13] 💫

Snabbast växande emojisar på Tinder

1. 👄

"Flirt-symbolen"

👄-emojin avslutade varje flirtigt meddelande det här året. Det var "du har min uppmärksamhet"-markören - lekfullt, självsäkert och lite busigt.

2. 🕯️

"Soft life, tända ljus"

Unga singlar byter drama mot lugn och ljusemojin lyser vägen. Som en spegling av de 50 procent som prioriterar tid och bekvämlighet när de dejtar, symboliserade 🕯️ slow burns, medvetna stunder och en mysig energi framför kaos. Det är den "vi tar det lugnt"-typen av kemi som formar framtidens dejting.

3. 🪶

"Lätt beröring, tung betydelse"

Fjäder-emojin svävade in i profilerna som den mjukaste flexen. Det här är en signal från människor som inte övertänker. Med 56 procent av unga singlar som vill ha mer ärliga samtal och 64 procent som anser att emotionell ärlighet är den största förbättringen, blev 🪶 den tysta symbolen för emotionellt flyt.

4. 🪽

"Endast änglaenergi"

Vingar blev årets symbol för lugnt självförtroende. Unga singlar närmar sig dejting med optimism och självinsikt. "Hoppfull" var det mest använda ordet för att beskriva deras dejtingliv 2025, och 52 procent sa att personlig utveckling påverkar hur de dejtar. 🪽 representerar den läkta, balanserade och känslomogna energi som människor tar med sig in i 2026.

5. ⚧

"Kärlek utan etiketter"

Inkluderings-emojin växte fram i takt med att fler singlar omfamnade fluiditet och öppenhet i sina dejtingliv. Med 32 procent som säger att HBTQI+-rättigheter och jämlikhet är måsten i en partners värderingar, stod emojin för könsinkludering för en connection utan gränser.

[13] Tinders interna data fråm September 2024 to September 2025. Referenced statistics taken from the 2025 International Opinium Survey.

De vanligaste namnen på Tinder 2025

Män	Kvinnor
1. Alex	1. Julia
2. Daniel	2. Maria
3. David	3. Anna
4. Michael	4. Ana
5. Lucas	5. Sarah
6. Gabriel	6. Andrea
7. Chris	7. Laura
8. Carlos	8. Lisa
9. Adam	9. Sara
10. Luis	10. Camila

De mest attraktiva stjärntecken bland användare 2025

För män	För kvinnor
1. Kräftan	1. Vattumannen
2. Fiskarna	2. Kräftan
3. Väduren	3. Stenbocken
4. Skorpionen	4. Lejonet
5. Jungfrun	5. Vågen
6. Tvillingarna	6. Skorpionen
7. Lejonet	7. Oxen
8. Vattumannen	8. Jungfrun
9. Stenbocken	9. Skytten
10. Oxen	10. Fiskarna
11. Skytten	11. Väduren
12. Vågen	12. Tvillingarna

De vanligaste intressena på Tinder 2025

1. Resa
2. Natur
3. Sjunga
4. Sport
5. Promenera

De populäraste personlighetstyperna

1. Aktivist (ENFP)
2. Protagonist (ENFJ)
3. Medlare (INFP)
4. Advokat (INFJ)
5. Arkitekt (INTJ)

VAD SVENSKA TINDERANVÄNDARE ÄLSKADE 2025[14]

Topp kulturella ögonblick

1. F1
2. Pride
3. Kent
4. Midsommar
5. Spelet
6. Idol
7. Eurovision
8. Oasis
9. Påsk
10. Melodifestivalen

Topp kändisar

1. Benjamin Ingrosso
2. Anis Don Demina
3. Greta Thunberg
4. Armand Duplantis
5. Zara Larsson
6. Bianca Ingrosso
7. Tareq Taylor
8. Edvin Törnblom
9. Isa Östling
10. Filip Dikmen

[14] Svensk data från Tinderprofiler, beskrivningar och intressen från 1 januari till 1 oktober 2025.

YEAR IN SWIPE™ 2025

Topp filmer

1. Superman
2. Weapons
3. Nosferatu
4. Babygirl
5. Wicked: For Good
6. Thunderbolts
7. Fantastic Four
8. Sinners
9. Captain America: Brave New World
10. A Minecraft Movie

Topp TV-serier

1. Task
2. Love Is Blind
3. Wednesday
4. The Last of Us
5. The Bear
6. Severance
7. Slow Horses
8. The White Lotus
9. Young Royals
10. Alien: Earth

Topp sporter

1. Golf
2. Fotboll
3. Skidor
4. Yoga
5. Tennis
6. Innebandy
7. Motorsport
8. Ishockey
9. Basket
10. Handboll

Topp sportlag

1. AIK
2. Djurgården
3. GAIS
4. Hammarby
5. Malmö FF
6. IFK Göteborg
7. Elfsborg
8. Sirius
9. IFK Norrköping
10. BK Häcken

Topp Spotify-låtar

1. NOKIA (Drake)
2. Golden (K-pop Hunters)
3. Luther (Kendrick Lamar)
4. Manchild (Sabrina Carpenter)
5. Ordinary (Alex Warren)
6. Tears (Sabrina Carpenter)
7. What I Want (Morgan Wallen)
8. Evil J0rdan (Playboi Carti)
9. Daisies (Justin Bieber)
10. The Subway (Chappel Roan)

Topp Spotify-artister

1. Drake
2. Sabrina Carpenter
3. Kent
4. Kendrick Lamar, SZA
5. K-pop Hunters
6. Oasis
7. Håkan Hellström
8. Fleetwood Mac
9. Playboi Carti
10. Dire Straits

YEAR IN SWIPE™ 2025

Topp samhällsfrågor

1. Vegan
2. Vegetarian
3. Klimat
4. Feminism
5. HBTQIA+
6. Ränta
7. Psykisk hälsa
8. Inflation
9. Antirasism
10. Djurens rätt

Topp intressen

1. Resa
2. Promenera
3. Gym
4. Natur
5. Musik
6. Matlagning
7. Filmer
8. Träna
9. Foodie
10. Sport

Topp kommunikationsstilar

1. Bättre i verkligheten
2. Föredrar att chatta
3. Telefonsamtal
4. Dålig på att svara på meddelanden
5. Videosamtal

Topp kärleksstilar

1. Spendera tid tillsammans
2. Beröring
3. Omtänksamma gester
4. Komplimanger
5. Presenter

Mest populära länder att resa till

1. USA
2. Spanien
3. Danmark
4. Tyskland
5. Finland
6. Colombia
7. Italien
8. Frankrike
9. Nederländerna
10. Japan

Mest populära internationella städer att resa till

1. Köpenhamn
2. Berlin
3. Helsingfors
4. New York
5. Amsterdam
6. Barcelona
7. Los Angeles
8. Riga
9. Paris
10. Dubai

YEAR IN SWIPE™ 2025

Mest populära svenska städer att resa till

1. Jönköping
2. Göteborg
3. Stockholm
4. Växjö
5. Sundsvall
6. Umeå
7. Örebro
8. Gävle
9. Linköping
10. Luleå

Topp dialekter

1. Skånska
2. Norrländska
3. Småländska
4. Dalmål
5. Göteborgska
6. Värmländska
7. Gotländska
8. Stockholmska
9. Halländska
10. Västgötska

Topp stjärntecken

1. Lejonet
2. Oxen
3. Fiskarna
4. Väduren
5. Tvillingarna
6. Kräftan
7. Jungfrun
8. Skorpionen
9. Vågen
10. Stenbocken
11. Skytten

Topp TikTok-trender

1. Typ A/Typ B [personlighet]
2. Rizz
3. Labubu
4. Golden Retriever Boyfriend
5. Clean Girl
6. Midnight Sun
7. Team Conrad/Team Jeremiah
8. Swedish Candy
9. Nothing Beats a Jet2Holiday

Topp husdjur

1. Hund
2. Har inte men älskar
3. Katt
4. Har inga husdjur
5. Alla husdjur
6. Fågel
7. Fisk
8. Reptiler
9. Groddjur

Dryckesvanor

1. Socialt på helgerna
2. Vid speciella tillfällen
3. Inget för mig
4. Nykter
5. Funderar på att bli nykterist
6. Flera dagar i veckan

-SLUT-

Om Tinder

Tinder® lanserades 2012 och revolutionerade hur människor träffas genom att på bara två år ge en miljard matchningar. Denna snabba tillväxt visar hur Tinder uppfyller ett grundläggande mänskligt behov: genuina kontakter. Tinder har idag laddats ner över 630 miljoner gånger, vilket har lett till över 100 miljarder matchningar, med cirka 50 miljoner användare varje månad i 190 länder och på över 45 språk - en skala som ingen annan app i kategorin kan mäta sig med. År 2024 vann Tinder fyra Effie Awards för sin första globala varumärkeskampanj någonsin, "It Starts with a Swipe".

Tinder är ett registrerat varumärke hos Tinder LLC.