

Trendrapport 2026

Veckans viktigaste trender från Sveriges digitala plattformar. Sammanställt och analyserat med AI för att ge dig insikter som gör skillnad.

PLATTFORMAR I DENNA RAPPORT

Google Trends & News

TikTok, X/Twitter, YouTube

Spotify

Svenska medier (Aftonbladet, SVT, DN, SR)

Konsultverksamhet inom utveckling, kommunikation och AI. Vi hjälper organisationer att använda teknik och data för att fatta bättre beslut, snabbare.

UTVECKLING

Webb, app och plattformar — från koncept till produktion.

KOMMUNIKATION

Strategi, innehåll och kampanjer som når rätt målgrupp.

AI

Automatisering, analys och AI-drivna produkter — som den här rapporten.

Executive Summary

Vecka 32, 2026 – En övergripande analys av veckans digitala trender

EXECUTIVE SUMMARY — VECKA 32, 2026

Veckan dominerades av två starka berättelsespår som löpte parallellt: geopolitisk oro och inhemsk kriminalitet. Ryssland-söknigarna nådde 5 000 sökningar och speglade direkta nyhetsrapporter om ryska attacker, medan händelserna i Hakefjorden utanför Tjörn – där åklagaren presenterade bilder som visar att en båt blivit överkörd – engagerade Göteborgs-Posten och SVT under flera dagar. Mordet på en kvinna i skärgården adderade ytterligare ett kriminaldramatiskt lager. Dessa ämnen skapade en sammanhållen nyhetsvecka med allvarlig grundton, något som också syntes i att Dagens Nyheter citerades hela 22 gånger under perioden – klart mest av alla källor.

Den andra stora berättelsen var underhållning och nostalgi med tydlig svensk prägel. Victor Leksell och Molly Sandéns "Tänk om" nådde 66 000 visningar på YouTube och tog sig samtidigt in på Spotifys topplista – ett sällsynt dubbelgrepp som visar kraften i koordinerade släpp. På Spotify kompletterades bilden av Yasin och ALEX, vilket tillsammans med Humlan Djojjs barnlåt signalerar att den svenska publiken just nu rör sig i två extremer: emotionell vuxenpopp och familjevänligt innehåll. Marcus Oscarsson genererade 2 000 sökningar och placerade sig i kategorin Underhållning, vilket antyder att en specifik mediekontext – troligen en intervju eller programmedverkan – drev intresset under en enskild dag.

Plattformsskillnaderna var denna vecka påtagliga. TikTok levde i ett helt eget universum med #snowstorm på 1,01 miljarder och #cold på 507 miljoner visningar – ett globalt vädernarrativ som knappt syntes i svenska nyhetsflöden eller Google-sökningar. Twitter/X dominerades av lokala och nischade namn som Växjö och Sanna Hill, medan YouTube-trenden styrdes av internationella giganter som Ariana Grande med 19,3 miljoner visningar och IShowSpeed med 10,3 miljoner. Svenska varumärken konkurrerar alltså om uppmärksamhet på helt olika villkor beroende på plattform.

TOP 3 TAKEAWAYS

- Dubbelsläpp på YouTube och Spotify multiplicerar räckvidd – planera koordinerat som Leksell och Sandén.
- TikToks vädertrend är global och massiv – anpassa innehåll till #snowstorm för organisk räckvidd nu.
- Tung nyhetsvecka kräver varsam annonsplacering – undvik kontroversiella ytor under kriminal- och krigsrapportering.

VECKANS HIGHLIGHTS PER PLATTFORM

Google	hakefjorden	YouTube	Victor Leksell & Molly Sandén - Tänk om Off...
TikTok	#snowstorm	Spotify	Victor Leksell
X/Twitter	Växjö	Medier	sjukhus

Google Trends – Veckans Topp

Aggregerad data från alla dagliga insamlingar under veckan

#	SÖKTERM	PEAK	KATEGORI	VECKA (M–S)
1	ambulans	500+	Övrigt	M T O T F L S
2	ryssland	5K+	Övrigt	M T O T F L S
3	marcus oscarsson	2K+	Underhållning	M T O T F L S
4	bruno guimaraes	2K+	Övrigt	M T O T F L S
5	heidi weng	2K+	Övrigt	M T O T F L S
6	drottning silvia	1K+	Övrigt	M T O T F L S
7	pengar	1K+	Övrigt	M T O T F L S
8	david thid	1K+	Övrigt	M T O T F L S
9	foxtrot	1K+	Övrigt	M T O T F L S
10	rickard olsson	1K+	Övrigt	M T O T F L S
11	bärplockare	1K+	Övrigt	M T O T F L S
12	mässling	1K+	Övrigt	M T O T F L S
13	dagens arbete	1K+	Övrigt	M T O T F L S
14	norge	1K+	Övrigt	M T O T F L S
15	noah philp	1K+	Övrigt	M T O T F L S

KATEGORIER

Övrigt		93%
Underhållning		7%

HÖGST SÖKVOLYM

ryssland	5K+
marcus oscarsson	2K+
bruno guimaraes	2K+
heidi weng	2K+

AI-ANALYS: GOOGLE TRENDS

Veckan domineras av två olyckor: båtolyckan i Hakefjorden (1000+) där ett norskt fraktfartyg kört på en fritidsbåt vid Tjörn, och en bussolycka (1000+) med rapporter från både Nigeria och Helsingborg. Sarah Sjöström (500+) trendar efter att ha förlorat sina världsrekord på 50 och 100 meter fritt, medan Gekås Ullared (500+) kombinerar rekordbesök – 648 000 i juli – med ett aktivt varumärkesarbete riktat mot yngre målgrupper via TikTok. Google Trends speglar här det svenska nyhetsflödet mycket direkt: olyckor och krishändelser dominerar topplistorna. Men Gekås sticker ut som ett positivt undantag – varumärket trendar av affärsmässiga skäl, och marknadschefen Anna-Kerstin Martinsson beskriver en medveten omprofilering mot ett "mer tvättat varumärke." Alex Noréns PGA-jakt och Lena Philipssons comeback visar att sport och underhållning håller publiken engagerad parallellt med nyhetshändelserna.

KEY INSIGHT: Varumärken som aktivt ompositionerar sig genererar organisk söktrafik – lär av Gekås.

Google News – Veckans Nyhetsflöde

MÅN 3/8

- DN Direkt – Minst 72 migranter döda i spanska Ceuta - D... (Dagens Nyheter)
- Person misstänkt för grov brottslighet gripen i Spanien... (polisen.se)
- Ebba Busch svamlar om vårdköerna - Dagens Arena (Dagens Arena)

ONS 5/8

- Annie Reuterskiöld: Jomshofs ord är bara början på Kris... (Dagens Nyheter)
- Åklagaren: Bilderna visar att båten blev överkörd i Hak... (Göteborgs-Posten)
- Misstänkt mord: Kvinna hittad död på skärgårdsö - Skippo... (Skippo)

FRE 7/8

- Man åtalad för dubbelmordet i Brattås – nekar till brot... (SVT Nyheter)
- Pojkvännen begärs häktad för mordet i skärgården - Omni... (Omni – Alla nyheter. Alla perspektiv.)
- Minst sex döda i skolskjutning i Thailand - TV4 Nyheter... (TV4 Nyheterna)

SÖN 9/8

- Medvetslös man hittad i Uddevalla – misstänkt brott - O... (Omni – Alla nyheter. Alla perspektiv.)
- Huthier hävdar attack mot saudiskt raffinaderi - Väster... (Västerbottens-Kuriren)
- Skott mot lägenhetsdörr i Trångsund - Sveriges Radio (Sveriges Radio)

TIS 4/8

- Ytterligare en person misstänks efter båtolyckan utanfö... (SVT Nyheter)
- Minst en död i rysk attack - Göteborgs-Posten (Göteborgs-Posten)
- Kristersson om löftet till barnfamiljer: "Har inte en f... (Omni – Alla nyheter. Alla perspektiv.)

TOR 6/8

- Man gripen för mord på kvinna i skärgården - Göteborgs-... (Göteborgs-Posten)
- MP: Fler flyktingar och höjt bensinpris - Expressen (Expressen)
- Sommaren är över – hösten har kommit till Västerbotten ... (Sveriges Radio)

LÖR 8/8

- Kommentar: V är märkligt blinda för de egna extremister... (Göteborgs-Posten)
- DN Direkt – KD föreslår "mammabonus" i pensionssystemet... (dn.se)
- Här reser sig nya sporthallen över Slottsskogen - Göteborg... (Göteborgs-Posten)

VECKANS KÄLLOR

Dagens Nyheter	22
Västerbottens-Kuriren	16
Göteborgs-Posten	15
Omni – Alla nyheter. Alla perspektiv.	9
SVT Nyheter	7

KATEGORIER

Nyheter		46%
Sport		17%
Internationellt		15%
Politik		11%

AI-ANALYS: NYHETER

Veckans Google News domineras av våld och otrygghet – mordet i skärgården följdes dagligen från misstanke (Skippo, ons 5/8) till häktning (Omni, fre 7/8), parallellt med båtolyckan utanför Tjörn och dubbelmordet i Brattås. Migrantkatastrofen i Ceuta (DN, mån 3/8) och skolskjutningen i Thailand (TV4, fre 7/8) adderar ett globalt lager av kris. Politiskt sticker Kristerssons "har inte en färdig plan" och KD:s mammabonus ut som konkreta löftesbrott och reformförslag.

Google News aggregerar etablerade redaktioner och speglar därmed den breda svenska nyhetskonsumentens agenda – inte nischade samtal. Det betyder att våldsnarrativet är extremt dominant denna vecka, vilket skapar ett pressat mediaklimat. Varumärken som planerade glad sommarkommunikation riskerar att hamna i kontrast mot en nyhetsfeed fylld av mord och migranttragedi. Säsongsskiftet i Västerbotten (Sveriges Radio, tor 6/8) signalerar dessutom att "höst" redan är ett aktivt narrativ.

KEY INSIGHT: Undvik glad reklamton – nyhetsflödet kräver avskalad och empatisk kommunikation nu.

TikTok

TRENDING HASHTAGS

#	HASHTAG	VIEWS	TREND
1	#snowstorm	1.01B	↑1
2	#winterstorm	741M	↑2
3	#genuineinteractionmatters	325M	↑25
4	#snowday	303M	NEW
5	#cold	507M	NEW

TRENDING LJUD

LJUD	ARTIST
House	Charli xcx ft. John Cale
Sabrina Carpenter - House Tour	Sabrina Carpenter
Eenie Meenie	Sean Kingston & Justin Bieber

TRENDING VIDEOS (SVERIGE)

VIDEO	KREATÖR
AT DIN HUDVÅRD MED ELEXIR PHARMA	elexirpharma
CARBONARA RAMEN	matlagaren
Saker du som student inte får missa denn...	studentlivet
Morgonrutin 2026	lifestylelogger

AI-ANALYS: TIKTOK

Vintertemat dominerar totalt på TikTok just nu – #snowstorm (1,01B visningar), #winterstorm (741M) och #cold (507M) visar att extremväder fungerar som kollektivt innehållslim. Användare skapar och konsumerar vinterstorms innehåll i realtid, ofta parad med nostalgisk musik. Att "Eenie Meenie" av Sean Kingston & Justin Bieber trendar just nu är anmärkningsvärt – det är ett tydligt Y2K-revival-fenomen där yngre generationer återupptäcker 2010-talets popkultur. Charli XCX och Sabrina Carpenter fortsätter dominera ljudlandskapet, vilket speglar deras starka grepp om Gen Z-identiteten. #genuineinteractionmatters med 325M visningar är plattformsspecifikt och unikt – det signalerar en motreaktion mot performativt innehåll. TikToks algoritm belönar autenticitet, och användarna börjar aktivt efterfråga det. Varumärken som fortfarande kommunicerar polerat och distanserat riskerar att uppfattas som irrelevanta.

KEY INSIGHT: Autenticitet och väderrelaterat innehåll skapar just nu maximal organisk räckvidd på TikTok.

X / Twitter Sverige

TRENDING TOPICS

#	TOPIC	KATEGORI
1	Växjö	Sport
2	Fröken Snusk	Övrigt
3	Livsfarligt	Övrigt
4	Linus	Övrigt
5	Sanna Hill	Övrigt
6	Stenström	Övrigt
7	Anders	Övrigt
8	Jisander	Övrigt
9	#GMMTVFanfestInMacau2026	Övrigt
10	#elfsborg	Övrigt
11	Romero	Övrigt
12	WNBA	Övrigt

TRENDING HASHTAGS (JUST NU)

#GMMTVFanfestInMacau2026

#elfsborg

#ifkbgg

#RoomNumberFreen

#Val2026

#allsvenskan

#MUFC

#RussiaGetOutOfIran

AI-ANALYS: X/TWITTER

X/Twitter domineras just nu av sport och underhållning i ett tydligt mönster. Allsvenskan-fotbollen syns starkt via #elfsborg, #ifkbgg och trending-termen "Växjö", vilket speglar ett pågående seriespel som engagerar lokala fanbasers på plattformen. Parallellt driver den internationella K-drama/GMMTV-fansen upp #GMMTVFanfestInMacau2026 och #RoomNumberFreen – ett globalt fandom-fenomen med stark närvaro bland svenska användare. #Val2026 signalerar att det politiska samtalet redan börjar värmas upp inför nästa val, medan #RussiaGetOutOfIran visar plattformens roll som arena för geopolitisk aktivism.

X:s unika karaktär syns här tydligt: snabba, passionerade communities – sportfans, fandoms och politiska röster – tävlar om utrymme i realtid. Varumärken som vill in i sportkonversationen har ett konkret fönster just nu via allsvenskan-hashtagarna. GMMTV-trenden visar också att yngre, globalt orienterade användare är aktiva på plattformen och reagerar snabbt på entertainmentnyheter.

KEY INSIGHT: Allsvenskan-hashtaggar ger varumärken ett omedelbart och autentiskt sportengagemang just nu.

YouTube Sverige

TRENDING VIDEOS

#	VIDEO	KANAL	VIEWS
1	Victor Leksell & Molly Sandén - Tänk om Officiell musikvideo	Victor Leksell	66K views
2	Primetime Official Trailer HD A24	A24	9.9M views
3	MINECRAFT HARDCORE ALL BOSSES DAY 2 🍄🔨🧑 ft. KaiCenat	IShowSpeed	10.3M views
4	Ariana Grande - petal	ArianaGrandeVevo	19.3M views
5	D.Mon New Hero Gameplay Trailer Overwatch	PlayOverwatch	1.3M views
6	AffeDoom kan VÄXA ALLT i Minecraft!	AffeDoom	48.8K views
7	Yasin - Matadoren	YasinTheDon	120.4K views
8	Avengers: Doomsday Official Trailer In Theaters December 18	Marvel Entertainment	59.8M views

TRENDING MUSIK

#	ARTIST	LÅT	TREND
1	Ariana Grande	petal	—
2	Yasin	Matadoren	—
3	Victor Leksell & Molly Sandén	Tänk om Officiell musikvideo	↑1
4	Unknown	KATSEYE (궑궑궑궑) "Animal" Official MV	↑1
5	Unknown	Stray Kids "This & That" M/V	—
6	Assala	Assala Official Music Video 2026 أصالة - أصالة	↑2

AI-ANALYS: YOUTUBE

Denna veckas YouTube-data domineras av gaming-livestreams och musikvideor. IShowSpeed når 10,3 miljoner visningar med sitt Minecraft Hardcore-samarbete med KaiCenat – ett tydligt bevis på att co-streaming mellan stora kreatörer driver massiv räckvidd. Ariana Grandes "petal" når 19,3 miljoner visningar, vilket bekräftar att etablerade artistkanaler fortfarande levererar enorma tal. A24:s trailer för Primetime når 9,9 miljoner, drivet av studios starka varumärkeslojalitet bland yngre tittare.

Musiksidan visar en intressant mix: globala akter som Stray Kids och KATSEYE blandas med svenska namn som Yasin och Victor Leksell & Molly Sandén. Det svenska samarbetet "Tänk om" stannar dock på blygsamma 66K visningar jämfört med de internationella akterna – vilket illustrerar den hårda konkurrensen om uppmärksamhet på en global plattform. Gaming och underhållning vinner tydligt i råa tittarsiffror.

KEY INSIGHT: Samarbeten mellan stora kreatörer och etablerade varumärken maximerar räckvidd på YouTube.

Spotify Sverige

TOP 12 LÅTAR

#	ARTIST	LÅT
1	Victor Leksell	Tänk om
2	Shakira	Dai Dai
3	Humlan Djoj 	Djurens vaggvisa
4	Yasin	Matadoren
5	ALEX	Olyckligt kär
6	SIENNA SPIRO	Great Expectation
7	Zara Larsson 	Lush Life
8	Babblarna 	Babblarnas vaggvisa
9	Lovet	Atom
10	Humlan Djoj 	Stjärnorna
11	Humlan Djoj 	Somna
12	Oasis	Wonderwall - Remastered

TOP 12 PODCASTS

#	PODCAST	UTGIVARE
---	---------	----------

AI-ANALYS: SPOTIFY

Spotify-listan domineras av två tydliga segment denna vecka: svensk emotionell pop med Victor Leksell "Tänk om" och Yasin "Matadoren" i topp, samt ett starkt barnmusikinslag med Humlan Djoj på både plats 3 och 10, plus Babblarna på plats 8. Det är anmärkningsvärt att barnmusik tar upp nästan en tredjedel av topplistan – något som speglar hur Spotify används aktivt som familjeverktyg i hemmet.

Det emotionella och svenska språket dominerar klart. Victor Leksell, ALEX "Olyckligt kär" och Lovet "Atom" representerar en trend där lyssnare söker igenkänning och känslomässig resonans på svenska. Parallellt syns ett internationellt inslag med Shakira och Zara Larsson, men majoriteten av listan är inhemsk. För varumärken signalerar detta att autentisk, svensk tonalitet och familjevänliga kontexter är särskilt starka just nu – speciellt för kampanjer som riktar sig mot föräldrar och unga vuxna.

KEY INSIGHT: Familjevänligt och emotionellt svensk content når bredast på Spotify just nu.

Mediebevakning Sverige

AFTONBLADET

Politisk oenighet om statligt stöd till VA-system

Allvarligt skadad man hittad på väg i Uddevalla

Huthier hävdar attack mot saudiskt raffinaderi

Zelenskyj: Tiotusentals nordkoreaner på väg

EU: Värsta skogsbrandsåret någonsin

SVT NYHETER

Så organiserades migrantvågen i Ceuta på nätet

Här flyger Karlstads segelflygsklubb igen efter tr...

Armand Duplantis om det nya boendet i Monaco: "Här...

Gravida kvinnor dör – undviker sjukhus i eboladrab...

Svensk guldsuccé i JVM – Liam Belo Da Silva vann t...

DAGENS NYHETER

Björn Wiman: Vi tar selfier på stranden när värld...

Rojda Sekersöz: "Jag kände mig inte bekväm med en ...

Karlsson: Nu vill jag ha goda nyheter och snälla b...

Hon kan kröna succéåret med historisk medalj i kul...

Samuel Levander: Helvete vilken Åsnehajp – här är ...

SVERIGES RADIO

Småskaliga fisket ökar i Nordnorge

Kristdemokraternas mammabonus får kritik

Långtidsarbetslösheten har bitit sej fast - orsake...

Kristdemokraterna vill införa en "mammabonus"

AI-ANALYS: SVENSKA MEDIER

Aftonbladet domineras av kris och konfliktnyheter – VA-systemets finansiering, Huthiernas attack mot saudiska raffinaderier och Zelenskyjs varning om nordkoreanska trupper målar upp en orolig omvärld. SVT erbjuder en tydligare mix: globala kriser som ebola i Kongo-Kinshasa varvas med positiva svenska berättelser som Liam Belo Da Silvas JVM-guld och Duplantis nya liv i Monaco. DN tar den mer reflekterande, kulturjournalistiska vinkeln – Björn Wimans essä om selfiekultur mitt i klimatkrisen och Samuel Levanders Sommarprat-analys signalerar en publik som vill förstå, inte bara konsumera nyheter.

Det är slående hur SVT ensamt lyfter fram svenska framgångssagor med namn och ansikten. DN bjuder in till eftertanke kring medie beteende och värderingar, medan Aftonbladet håller fokus på hotbilder och samhällskonflikter. För varumärken betyder detta att kanalvalet styr tonaliteten drastiskt – samma budskap läses helt olika beroende på mediemiljön.

KEY INSIGHT: Välj kanal efter känslotillstånd – Aftonbladet triggar oro, SVT hopp, DN reflektion.