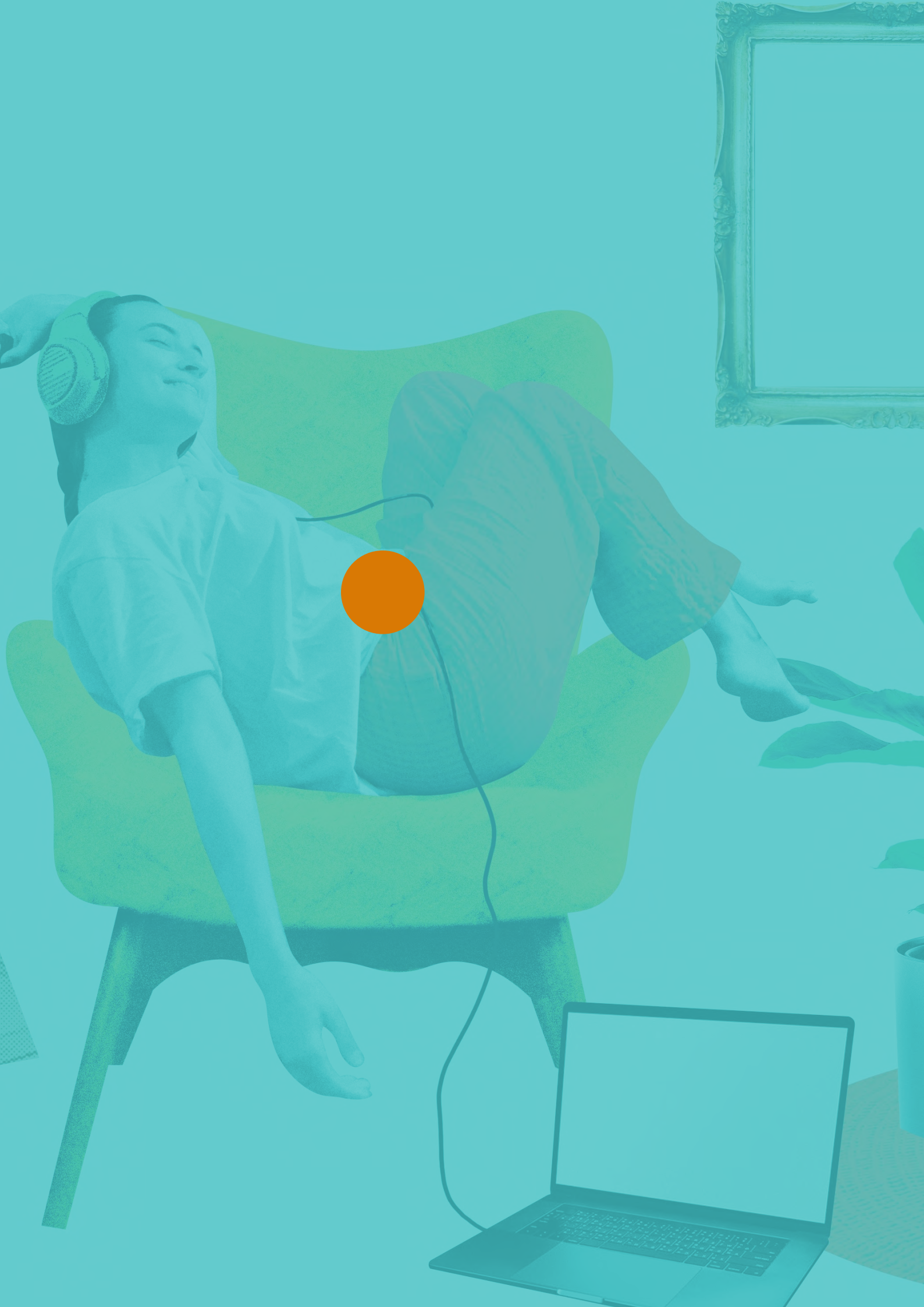




Fysisk politik i flödets tid

Vad Café Eldorado säger om
vårt behov av det fysiska rummet



Fysisk politik i flödets tid:

Vad Café Eldorado säger om vårt behov av det fysiska rummet

I helgen öppnade *Café Eldorado* upp i Stockholm. En pop-up med politisk information i fokus med gratis fika, quiz, influencers och tävlingar i lågprisvarumärket Axfoods regi, riktad till förstagångsväljare som enligt egen utsago vill "förstå valet lite bättre" - lagom till Riksdagsvalet den 13 september.

Det är lätt att avfärda det som ett udda PR-grepp. Men formen säger mer än innehållet, ett pop-up-café för demokrati som lånar samma logik och marknadsföringsstrategi som butiker och varumärken finlipat i årtal, men nu riktat mot att väcka medborgerligt engagemang hos en generation som snart ska rösta för första gången. Frågan är om det är själva pop-up-formatet och uppståndelse som får unga att bry sig, eller om politiska samtal skulle räcka ändå. Just nu är det pop-upen - med kortsiktig hajp, gratis fika, snygg merch och en bra adress - som faktiskt lyckas fånga uppmärksamheten.

Hajp är motorn, unga är målgruppen

Pop-up-formatet är ett av många sätt att skapa uppmärksamhet i det fysiska rummet. Inom retail är varierande koncept och pop-ups sedan länge mer än ett PR-grepp: *Co-created space*, *experimental retail* eller *destination pop-up* är andra bara några exempel som signalerar att det som skapats inte är för evigt, eller kan tas för givet – och det är sällan en slump vem som lockas dit. 80 procent av globala retailvarumärken anser att deras pop-ups varit framgångsrika, och 66 procent ser dem som ett av de mest effektiva sätten att skapa ”brand buzz”.¹

I Stockholm finns flera exempel på liknande fenomen, såsom de långa köerna till den första Caia-butiken på Biblioteksgatan och det svenska godismärket Bubs konceptbutik – även denna med egen merch.² Liknande ”buzz” skapas även kring tillfälliga produkter, även om de saknar egen fysisk plats, såsom den plötsliga populariteten kring Labubu-dockorna eller Arlas rosa mjölk med jordgubbssmak – primärt för att de är fenomen där produkterna blivit virala, och knappheten kring dem spär på det.³ Det gemensamma är att hajpen inte bygger på produktens egentliga värde, utan på upplevelsen av att vara där, höra till, och kunna visa att man var det. De som dras mest till dessa fenomen är unga som redan lever mycket på sociala medier – samma målgrupp som är mest eftertraktad och svårfångad för landets partier inför riksdagsvalet.

¹ [Dynamic Resources](#), augusti 2026

² [Market](#), april 2025 & [Mynewsdesk](#), Bubs, oktober 2025

³ [BBC](#), juni 2025 & [SVT Nyheter](#), april 2026

Varför lockas unga till det fysiska rummet?

Enligt Internetstiftelsen möter nästan varannan förstagångsväljare politiskt innehåll på TikTok – en fördubbling från 23 procent vid valet 2022. Bland redan etablerade väljare ligger siffran under 10 procent.⁴ Det politiska innehållet varierar, då det skapas olika världar inom de sociala medierna. Antropologen Arjun Appadurai myntade redan på 90-talet begreppet *mediescapes* för denna typ av splittring.⁵ Appadurais poäng är att våra informationsflöden inte längre är centralt styrda eller synkroniserade som i det traditionella massmediesamhället. Konsekvensen blir att det skapas parallella verkligheter som sällan möts, trots att de fysiskt är närliggande.

Unga exponeras för politiskt innehåll dagligen, men det betyder inte att de får en gemensam plats för samtal, fördjupning eller orientering. Flödet är snabbt, personligt och fragmenterat. När politiken redan möter unga i format som bygger på känsla, identitet, estetik och social delning, blir frågan inte bara hur demokratin ska nå unga i flödet – utan hur den ska locka dem ut till andra politiska miljöer. Café Eldorado blir därför en brygga. Genom att sänka trösklarna till fysisk demokrati med ett formspråk som unga redan begriper, blir platsen socialt och kulturellt tillgänglig.

⁴ Internetstiftelsen, *Svenskarna och internet: Valspecial 2026*

⁵ Arjun Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996).

Olika verkligheter drar olika typer

Skola, ungdomsförbund och föreningsliv äger fortfarande i hög grad uppdraget att skapa mötesplatser för demokratisk bildning. Men för den som inte redan bär på ett eget intresse och engagemang finns sällan en given fysisk plats. I stället är det sociala medier som blir förstahandsmötet med politiken.

Det är den grogrund som Café Eldorado försöker odla i. Genom att låna virala mekanismer – uppståndelse, knapphet, det delbara ögonblicket – kan ett pop-up-café som Café Eldorado göra det fysiska rummet till en förlängning av flödet snarare än ett alternativ till det. Men just däri ligger paradoxen – ett mediascape är per definition separerat från ett annat, och det som gör TikTok-innehåll viralt i ett flöde är sällan det som fångas i algoritmerna av ett annat.

Café Eldorado kan läsas som ett försök att göra demokratin fysisk igen, på ett sätt som lånar formspråk från den samtid där unga, i alla fall i Stockholms innerstad, redan befinner sig. För även om det virala är det som får flest att stanna upp, verkar behovet av att faktiskt ses och samtala inte ha försvunnit – snarare tvärtom. Det är kanske den egentliga poängen med Café Eldorado, inte att demokratin behöver bli mer viral, utan att den, trots allt flöde, fortfarande behöver ett rum.



Så förstår vi det här på Demoskop

Vi på Demoskop mäter inte bara vad människor säger att de tänker rösta på. Vi försöker förstå varför, genom att följa hur verkligheten faktiskt ser ut för olika grupper: vilka rum de rör sig i, vilka flöden de lever i, och vad som får dem att känna tillhörighet just nu. Med över 30 års erfarenhet av analys förstår vi människan, och vi jobbar dagligen med att analysera varumärken, opinion, omvärld och vad som får människor att tänka och rösta som de gör. På Demoskop följer vi valet ur flera olika perspektiv – och om det är det fysiska rummet eller sociala medier som faktiskt påverkar unga väljare mest är något vi kommer att undersöka vidare.

Café Eldorado är ett talande exempel på hur landskapet kan se ut idag, och hur långt mekanismerna kring retail som skapar hajp blir en del av demokratin. Det återstår att se om fenomenet mer än en enskild kuriositet eller snarare en illustration av en del av valrörelsen. Oavsett kommer vi på Demoskop att analysera saken vidare.

**Välkommen att kontakta oss för mer information
och håll utkik efter våra eftervalsanalyser!**

Läs mer på: **www.demoskop.se**