

Adhd och privatekonomi

Adhd är en neuropsykiatrisk funktionsnedsättning. Många personer med adhd upplever svårigheter med uppmärksamhet, impulskontroll och överaktivitet. I denna sammanställning presenteras externa forskningsresultat och undersökningar med syfte att öka kunskapen om hur konsumentrollen kan se ut för personer med adhd.



Om adhd

Adhd eller attention deficit hyperactivity disorder, är en funktionsnedsättning som kännetecknas av hjärnans sätt att bearbeta information, reglera uppmärksamhet, impulskontroll och aktivitetsnivå.

Adhd kan uppträda i tre olika varianter:

- huvudsakligen ouppmärksam form,
- huvudsakligen hyperaktiv-impulsiv form,
- eller en kombination av båda, vilket är den vanligaste formen av adhd.

Det finns svårigheter att beräkna antal personer med adhd men i världen beräknas att:

- omkring 5–7 procent av alla barn har adhd, dubbelt så vanligt för pojkar
- omkring 3 procent av alla vuxna har adhd, fördelat lika mellan könen

**Runt 250 000
vuxna har adhd**

Omräknat till antal i Sverige är det mellan 110 000 och 150 000 barn samt omkring 250 000 vuxna.

Förutsättningar att fatta ekonomiska beslut

Forskning visar att personer med adhd kan ha utmaningar när det gäller ekonomisk kompetens och ekonomiskt beteende. Ekonomisk kompetens kan översättas till färdigheter, kunskap och förmåga att bedöma och fatta beslut. Ekonomiska beteenden syftar på de handlingar som sker vid beslutsfattande och som har betydelse för hur lyckade besluten blir.

Ekonomisk kompetens

Forskning har visat att fler vuxna med adhd har betydande svårigheter med flera aspekter av ekonomisk kompetens och kapacitet jämfört med personer utan adhd. De får lägre resultat på tester som mäter grundläggande ekonomiska förmågor (till exempel beräkna hur mycket pengar som finns kvar efter att en viss summa är spenderad), ekonomiskt omdöme (till exempel bedöma risker och fördelar med att ta ett lån), och ekonomisk förvaltning (till exempel planera en budget). Dessutom har personer med adhd svårigheter med, att identifiera och förstå ekonomiska problem som påverkar förmågan att fatta välgrundade ekonomiska beslut.

Ekonomiska beteenden

Hur personer tar beslut kan kategoriseras i olika beslutstilar:

- **Rationell:** Systematisk och logisk utvärdering av alternativ innan beslut fattas.
- **Undvikande:** Skjuter upp eller undviker att fatta beslut.
- **Intuitiv:** Baserar beslut på magkänsla och intuition.
- **Beroende:** Söker råd och vägledning från andra innan beslut fattas.
- **Spontan:** Fattar beslut snabbt och impulsivt utan mycket eftertanke.

Personer med adhd använder sig oftare än personer utan adhd av undvikande eller spontan beslutsstil. Den spontana beslutsstilen kan även kopplas till impulsiva köp, något som är vanligare för personer med adhd jämfört med personer utan adhd.

Enligt beteendeforskning tenderar människor generellt att värdera omedelbara belöningar högre än framtida belöningar, även om de framtida belöningarna är större. Detta gäller i ännu högre grad för personer med adhd och kan medföra en ökad risk för ekonomiska svårigheter. Kopplat till detta så har forskning visat att personer som

Adhd kan medföra större svårigheter att planera och hantera en budget

Personer med adhd gör oftare impulsiva köp

värderade omedelbara belöningar högre än framtida, även var högre belånande. De var 15 procent mer benägna att ha en kreditkortsuld och beloppsmässigt lånade de cirka 25 procent mer. En annan studie visar att det finns en korrelation mellan adhd-symptom och sena kreditkortsbetalningar, bristande kreditkortsbalans, finansiell skuld och tendensen att värdera omedelbara belöningar högt.

Konsekvenser för privatekonomin

Forskningsstudier visar att de utmaningar som är kännetecknande för personer med adhd kan ha konsekvenser för den enskildes privatekonomi. Här kan man särskilt belysa följande aspekter:

Svårigheter att hålla koll på utgifter

Personer med adhd har i större utsträckning svårigheter att hantera sina pengar. Det kan handla om att missa hyresinbetalningar och kreditkortsbetalningar och som tidigare nämnts problem med impulsköp.

Lägre sparande

Studier visar att personer med adhd har ett lägre sparande. En studie visar att drygt hälften av personerna med adhd hade ett sparkonto jämfört med nästan 90 procent av personerna utan adhd. Dessutom sparar personer med adhd mindre pengar i jämförelse med sin inkomst än personer utan adhd.

Högre efterfrågan på krediter

Personer med adhd har en högre efterfrågan på krediter jämfört med den allmänna befolkningen, särskilt efter 30 års ålder. Dessutom försämras betalningsförmågan med åldern och vid 50 års ålder beviljas personer med adhd färre krediter. De har också i högre utsträckning haft sena kreditkortsbetalningar och kreditkortsskulder.

Överrepresentation hos Kronofogden

Vid 40 års ålder är risken för betalningsanmärkningar sex gånger högre för personer med adhd jämfört med den allmänna befolkningen. Personer med adhd har högre frekvens av missade betalningar i alla kategorier av obetalda krav. De är också överrepresenterade bland gäldenärer som har haft skulder hos Kronofogden i mer än ett decennium.

Personer med adhd har ett lägre sparande

Vid 40 års ålder är risken för betalningsanmärkningar sex gånger högre för personer med adhd

En utmanande konsumentvardag

En person med adhd påverkas inte enbart av symptom knutna till funktionsnedsättningen, även omgivningen är en påverkande faktor. Den kan i det här sammanhanget översättas till konsumentmarknaden. Nedan lyfts tre exempel på aspekter av konsumentmarknaden som kan vara av försvårande karaktär för personer med adhd.

Betalningar sker alltmer digitalt

Beteendeforskningen visar att konsumenter är mer benägna att handla om betalningen sker med andra betalningsmedel än kontanter. Jämfört med andra länder sticker Sverige ut, både genom den låga förekomsten av kontanter samt högre förekomst av fakturabetalning på nätet. Under 2022 bestod 24 procent av alla betalningar i e-handel av fakturabetalningar. En annan snabb utveckling som sker nu är att 51 procent av svenskarna använder sin mobil för att betala i butik om möjligheten finns, ett betalningsmedel ännu längre från kontanterna.

Personanpassad marknadsföring

Att företag använder data om vår sökhistorik, intressen på sociala medier och demografiska data är välkänt. Vad som däremot är relativt nytt är den ökade användningen av psykologiska data. Det är numera möjligt att trigga impulsivitet genom att rikta marknadsföring till konsumenter med vissa personlighetsdrag. Studier visar att det går att identifiera sådana personlighetsdrag utifrån hur en konsument uttrycker sig språkligt på sociala medier. Forskning visar att marknadsföring som bygger på psykologiska data leder till en större påverkan på konsumenten och, i vissa fall, utnyttjar personens sårbarheter.

Krediter

Ekonomiska problem kopplat till krediter har länge funnits på den politiska agendan. Lagförändringar har skett, utredningar pågår men skuldbeloppen samt skuldsatta personer ökar fortsatt hos Kronofogden.

Det kan finnas flera förklaringar till att konsumenter tar krediter med höga räntor som de inte har förutsättningar att betala tillbaka. En förklaring kan vara att krediter beviljas utan kreditupplysning och till personer som har betalningsanmärkningar. En annan förklaring kan vara den påträngande marknadsföringen med

argument för snabba lån och med fokus på den låga månadskostnaden i stället för den högre totalkostnaden.

Betalningen av krediter med höga räntor går i högre grad vidare till inkasso och Kronofogden om låntagaren exempelvis har en lägre inkomst eller tidigare blacolån.

Utmaningar för personer med adhd

Genom forskning tydliggörs flera områden där personer med adhd möter utmaningar kopplat till sin privatekonomi. Med utgångspunkt i dagens komplexa konsumentmarknad, ser Konsumentverket att följande aspekter kan vara särskilt försvårande för personer med adhd:

- Att planera för inkomster och utgifter och att prioritera ett långsiktigt sparande.
- Att ha kontroll över privatekonomin, vilket bland annat innebär kunskap om olika betalningssätt och förståelse för konsekvenser av avtal.
- Att stå emot den omfattande marknadsföringen av produkter, tjänster och krediter som kan leda till problematisk skuldsättning.

Denna kunskapsammanställning är framtagen av Konsumentverket i samverkan med Myndigheten för delaktighet och Specialpedagogiska skolmyndigheten.

Källor

Bangma, D. F., Koerts, J., Fuermaier, A., Mette, C., Zimmermann, M., Toussaint, A. K., ... & Tucha, O. (2019). Financial decision-making in adults with ADHD. *Neuropsychology*, 33(8), 1065.

Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing science*, 17(1), 4-28.

Beauchaine, T. P., Ben-David, I., & Bos, M. (2020). ADHD, financial distress, and suicide in adulthood: A population study. *Science advances*, 6(40), eaba1551.

Beauchaine, T. P., Ben-David, I., & Sela, A. (2017). Attention-deficit/hyperactivity disorder, delay discounting, and risky financial behaviors: A preliminary analysis of self-report data. *PloS one*, 12(5), e0176933.

Konsumentverket (2025). *Hinder för väl fungerande konsumentmarknader och hållbar konsumtion*. Underlagsrapport 2025:1.

Meier, S. & Sprenger, C. (2010). Present-biased preferences and credit card borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), 193-210.

Riksbanken (2023). *Buy now pay later – ett hot mot den finansiella stabiliteten?*

Riksbanken (2025). *Betalningsrapport*.

Scott, S. G., och Bruce, R. A. (1995). Decision-making style: The development and assessment of a new measure. *Educational and psychological measurement*, 55(5), 818-831.

Socialstyrelsen (2019). *Konsekvenser för vuxna med diagnosen adhd – kartläggning och analys*. 2019-6-21.