

Post- och telestyrelsen
Marknadsundersökning 2002
T-23157

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	1
SYFTE MED UNDERSÖKNINGEN	1
MÅLGRUPPER OCH URVAL	1
FRÅGEFORMULÄR	1
FÄLTARBETE	1
SAMMANFATTNING	2
FAST TELEFONI	2
FÖRVAL AV TELEBOLAG FÖR FAST TELEFONI	2
INTERNET	3
FAST TELEFONI.....	5
HUVUDSAKLIG TELEOPERATÖR FÖR FAST TELEFONI	8
UTLANDSSAMTAL	12
FÖRVAL AV OPERATÖR FÖR FAST TELEFONI	16
KÄNNEDOM OM FÖRVAL	16
OFRIVILLIG ANSLUTNING TILL FÖRVALSOPERATÖR	18
AKTIVT FÖRVAL	18
VARFÖR INGET AKTIVT FÖRVAL?	24
MOBIL TELEFONI	26
HUVUDSAKLIG OPERATÖR FÖR MOBIL TELEFONI (PRIVATA SAMTAL)	32
BYTE AV MOBILOPERATÖR.....	39
GPRS.....	46
VARFÖR ANVÄNDER MAN INTE MOBILTELEFON?	47
INTERNET.....	48
INTERNET.....	49
INTERNETANVÄNDNING	49
DATORER OCH INTERNET I HEMMET.....	51
INTERNETOPERATÖR	55
BETALNINGSFORMER FÖR INTERNETABONNEMANG.....	58
ANSLUTNINGSFORMER.....	59
BREDBAND.....	62
BORTFALLSREDOVISNING	66

INLEDNING

Syfte med undersökningen

En av Post- och telestyrelsens uppgifter är att främja konkurrensen inom teleområdet. Konkurrensen ska komma konsumenterna tillgodo genom lägre priser och bättre telefoni- och Internettjänster. För att Post- och telestyrelsen ska kunna bedriva detta arbete på ett bra sätt behöver myndigheten bättre kunskap om telemarknaden utifrån konsumentens perspektiv. Därför genomför Post- och telestyrelsen denna omfattande undersökning om den svenska befolkningens syn på telefoni och Internet.

Målgrupper och urval

Målgrupp för undersökningen är allmänheten i Sverige, 16 - 75 år. Frågeformuläret sändes ut till 3001 respondenter.

Frågeformulär

Frågeformuläret har utarbetats i samråd mellan Post- och Telestyrelsen och Temo.

Fältarbete

Datansamlingen har skett genom postal enkät med tre påminnelser vid Fieldwork Scandinavia, Temo:s och Univerokoncernens egen fältorganisation.

Fältarbetet genomfördes under september och oktober 2002. Svarsfrekvensen är 58 procent. Den något låga svarsfrekvensen är vanlig i postala undersökningar av denna omfattning. För detaljerad bortfallsredovisning, se sist i rapporten.

För att kompensera för det större bortfallet i vissa målgrupper har resultaten vägts efter variablerna kön, ålder och h-region i proportion till andelar i befolkningen, vilket ger bättre representativitet i undersökningen.

Det skall understrykas att undersökningen baseras på ett individurval. Det innebär att resultaten vad gäller marknadsandelar inte kan jämföras med hushållsbaserade undersökningar, eftersom flerpersonshushåll är överrepresenterade i individurval jämfört med hushållsbaserade urval.

SAMMANFATTNING

Fast telefoni

- Nästan nio av tio har endast traditionellt telefonabonnemang
- Sex procent har ISDN-abonnemang.
- Tre procent uppger att de är utan fast telefoni. Denna andel är större bland dem som bor i hushåll med endast yngre hushållsmedlemmar 16-25 år. I dessa har nästan en av tio gått över helt till mobil telefoni.
- 60 procent uppger Telia som huvudsaklig operatör för fast telefoni, 16 procent Tele2 och 23 procent övriga operatörer.
- Drygt sex av tio är nöjda med sin huvudsakliga operatör för fast telefoni.
- Störst betydelse för omdömet om operatören har samtalspriser inom Sverige och till utlandet samt väl fungerande kundtjänst.
- Nästan en av tio uppger att de har en annan operatör för utlandssamtal än för nationella samtal.
- Sex av tio är nöjda med sin operatör för utlandssamtal.
- Sex procent uppger att de alltid eller ibland använder telefonkort för utlandssamtal.

Förval av telebolag för fast telefoni

- Nästan 80 procent har hört talas om förval.
- Cirka hälften av dessa har gjort ett eget, aktivt förval.
- Drygt 5 procent av dem som känner till förval uppger att de blivit anslutna till en förvalsoperatör utan att be om det.
- Drygt en av tio uppger att de någon gång valt en annan operatör för utlandssamtal än för samtal inom Sverige.
- Förval är vanligare bland dem med högre utbildning och förekommer i mindre utsträckning bland dem som bor i hushåll som endast har äldre hushållsmedlemmar över 60 år.
- De vanligaste sätten att bli uppmärksammas på sin förvalsoperatör är reklam eller att operatören ringer upp.
- Av dem som känner till förval uppger 16 procent att de kommer att göra någon form av förval (nytt eller för första gången) de närmaste 3 månaderna.
- Fyra av tio som inte gjort ett eget, aktivt förval uppger att orsaken är att de är nöjda med den operatör de har. Drygt tre av tio uppger dock någon form av informationsbrist som främsta orsak.

Mobil telefoni

- Nästan nio av tio använder mobiltelefon.
- Andelen är dock endast cirka sju av tio bland de äldsta (60-75 år) och de med de lägsta hushållsinkomsterna (upp till 200 000 kronor om året).
- Två av tre har endast eget abonnemang, drygt en av fyra har abonnemang som arbetsgivare/eget företag/annan organisation betalar. Den senare andelen är över hälften bland dem med de högsta hushållsinkomsterna.
- Av dem som har abonnemang som arbetsgivare/eget företag/annan organisation betalar kan två av tre använda abonnemanget privat. Fyra av tio får de privata samtalen betalda.
- Nästan nio av tio som använder mobilen för privata samtal använder huvudsakligen ett privat abonnemang.
- Av dem som använder mobil för privata samtal har 54 procent ett traditionellt mobilabonnemang. Övriga använder kontantkort.
- Den vanligaste mobiloperatören för privata samtal är Telia (52 procent), följt av Tele2/Comviq/Netcom (29 procent) och Vodafone (16 procent). De yngsta, storstadsbor och svarande med invandrarbakgrund har Telia som operatör i betydligt mindre utsträckning.
- Två av tre är nöjda med sin mobiloperatör.
- Störst samband med helhetsomdömet om mobiloperatören är att operatören har en väl fungerande kundtjänst och erbjuder en typ av abonnemang som passar kundens behov.
- Två av tio mobiltelefonanvändare tycker att mobiltelefonen är viktigare än den fasta telefonen. Drygt fyra av tio kan tänka sig att gå över till mobiltelefon, för de flesta gäller det endast om priserna närmar sig fast telefoni.
- Av dem som bor i ungdomshushåll (endast medlemmar 16-25 år) har 8 procent redan avstått från den fasta telefonen.
- Endast sex procent har bytt mobiloperatör under de senaste 12 månaderna.
- Nästan sex av tio som använder mobiltelefon utnyttjar SMS någon gång. Användandet är mest utbrett bland yngre (16-30 år), bland dessa skickar 77 procent SMS minst en gång per vecka.
- GPRS används av endast ett par procent av mobiltelefonanvändarna. Andelen är större bland dem som får sitt abonnemang betalt av arbetsgivarna.
- Det vanligaste skälet till att inte använda mobiltelefon är att man inte behöver den. En av tre uppger dock att de avstår därför att det kostar för mycket pengar.

Internet

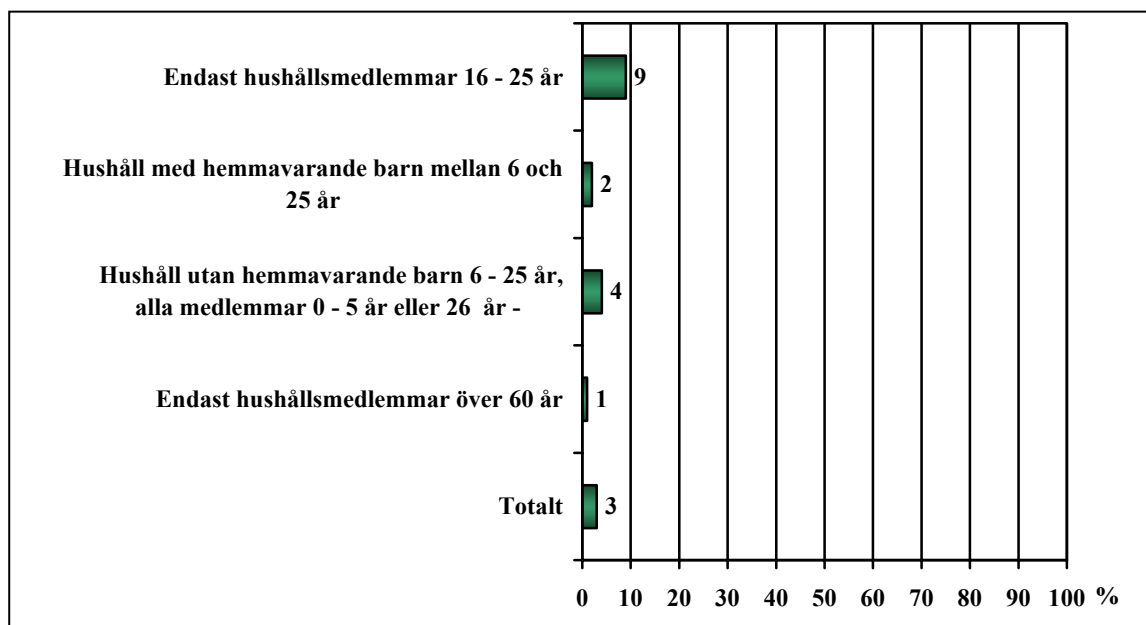
- Tre av fyra använder Internet.
- Av dessa har knappt hälften handlat varor och tjänster på Internet under de senaste 6 månaderna. Åtta av tio har lämnat någon form av personliga uppgifter via Internet.

- Tre av fyra använder datorer i hemmet. Andelen är cirka en av tre bland dem som bor i hushåll som endast har medlemmar över 60 år.
- Nio av tio av dem med dator har tillgång till Internet i hemmet.
- Vanligaste Internetoperatörer är Telia (40 procent), Tele2 (19 procent) och Telenordia (7 procent).
- Endast drygt hälften är nöjda med sin Internetoperatör. Störst samband med helhetsomdömet om operatören har ”Väl fungerande kundtjänst” och ”Erbjuder en typ av abonnemang som passar mina behov”.
- En majoritet, 65 procent, har anslutning mot Internet via modem. Därefter följer ADSL (16 procent). Totalt har en av fyra anslutning via bredband.
- Anslutning till bredband är vanligare i storstäder, bland dem som bor i hyreslägenhet eller bostadsrätt och bland dem med de lägsta hushållsinkomsterna.
- Endast knappt hälften är nöjda med hur hushållet är anslutet till Internet. Det är främst de som har modemanslutning som inte är nöjda.
- Sju av tio av dem som hört talas om bredband och inte har det uppger att de inte kommer att beställa en bredbandsuppkoppling inom de närmaste tre månaderna. Det vanligaste skälet till detta är att man inte bor i ett område där bredband erbjuds (46 procent). Cirka fyra av tio uppger ekonomiska skäl respektive att hushållet inte använder Internet tillräckligt mycket.

FAST TELEFONI

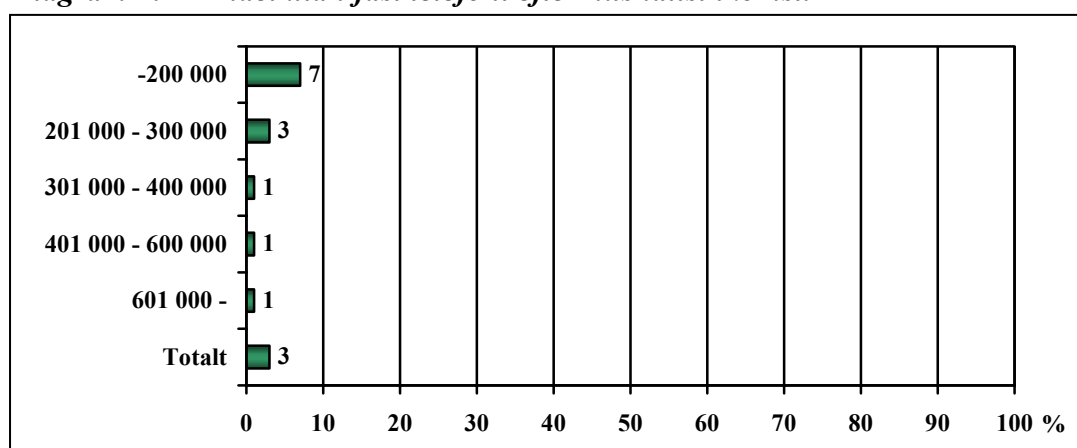
I det första avsnittet i undersökningen ställdes frågor om fast telefoni. Av samtliga uppger 3 procent att de inte har någon fast telefoni. Denna andel är särskilt stor bland dem som bor i hushåll med endast hushållsmedlemmar mellan 16 och 25 år. Bland dessa uppger hela 8 procent att de helt gått över till mobiltelefoni.

Diagram 1: Andel utan fast telefoni efter hushållssammansättning



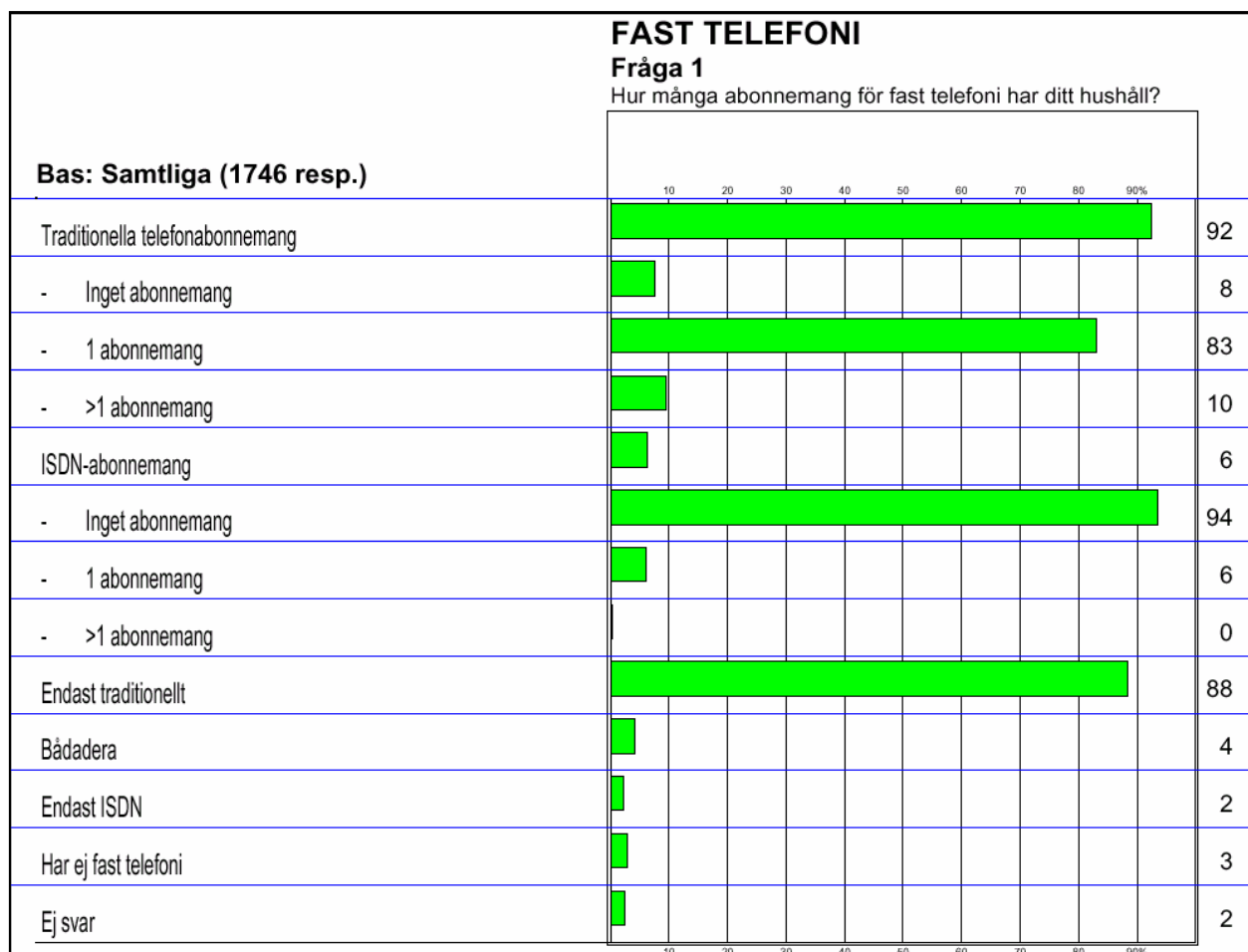
Det är vanligare bland män än bland kvinnor att sakna fast telefoni. Andelen är också högre bland dem med låg hushållsinkomst.

Diagram 2: Andel utan fast telefoni efter hushållsinkomst.



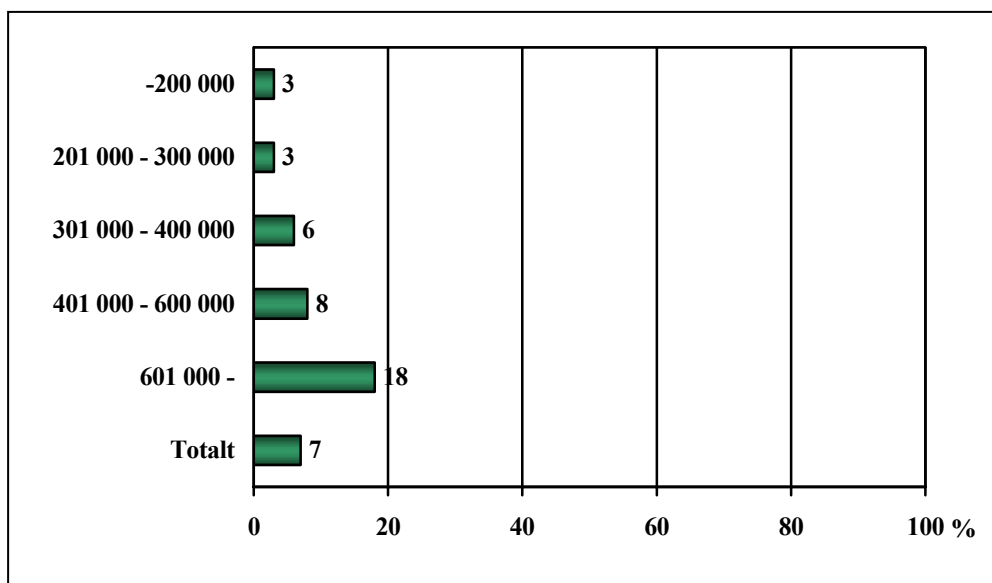
De allra flesta uppger att de endast har ett traditionellt telefonabonnemang. Sex procent har ISDN-abonnemang.

Diagram 3: Hur många abonnemang för fast telefoni har ditt hushåll? (Räkna ej abonnemang i fritidshus.)



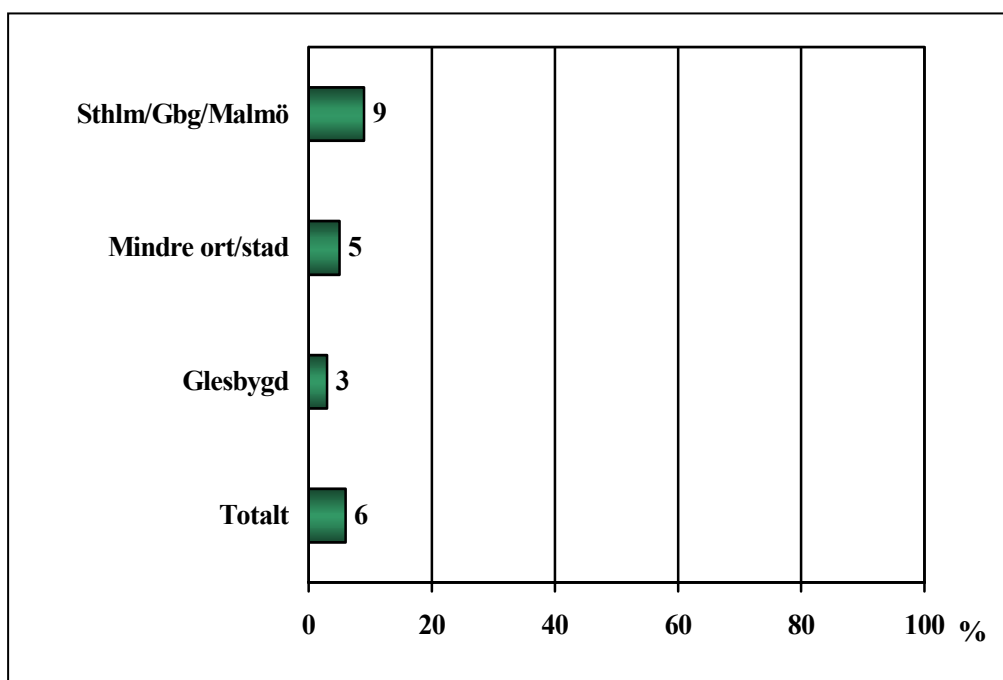
Innehav av ISDN-abonnemang ökar med hushållets inkomst och respondentens utbildning. Egna företagare och tjänstemän har också oftare ISDN än arbetare, pensionärer eller övriga.

Diagram 4: Andel med ISDN-abonnemang efter hushållsinkomst



En annan grupp med större andel som har ISDN-abonnemang är 2:a generationens invandrare. Det är även vanligare med ISDN-abonnemang bland storstadsbor än bland dem som bor i mindre städer/orter eller i glesbygd.

Diagram 5: Andel med ISDN-abonnemang efter typ av ort

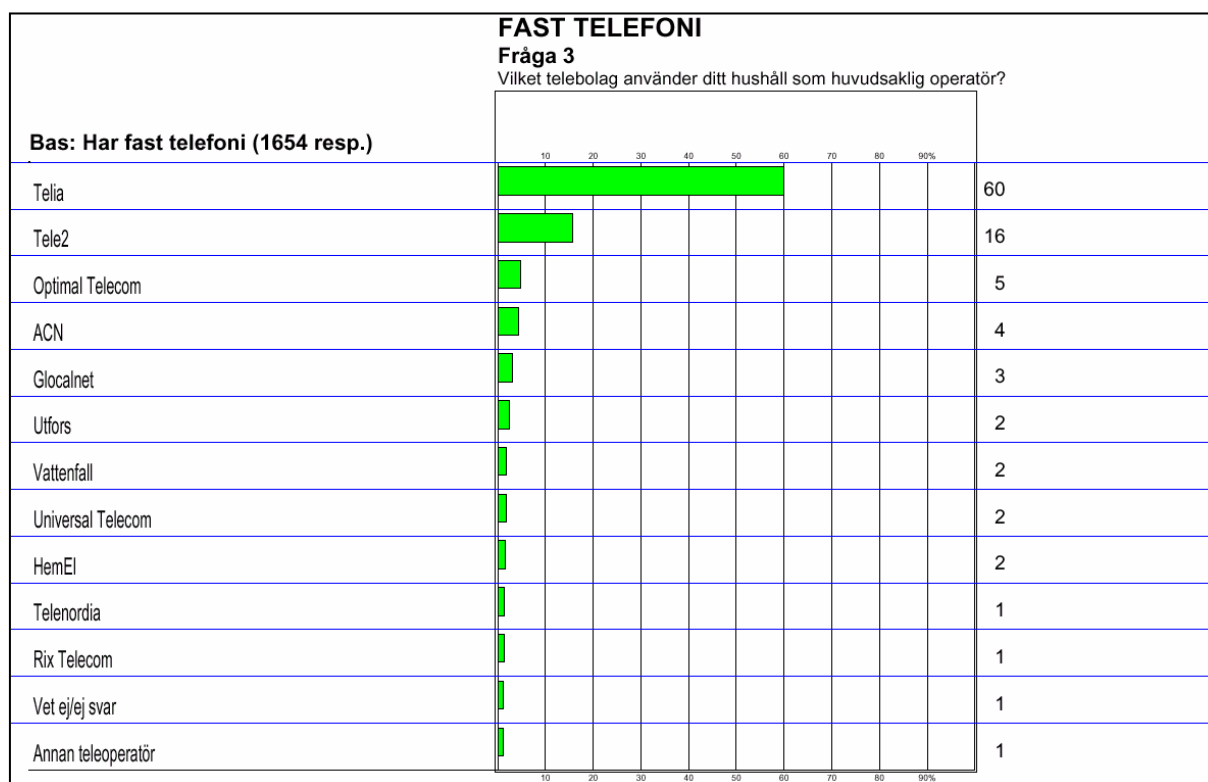


Nästan samtliga (97 procent) uppger Telia som leverantör av sitt abonnemang.

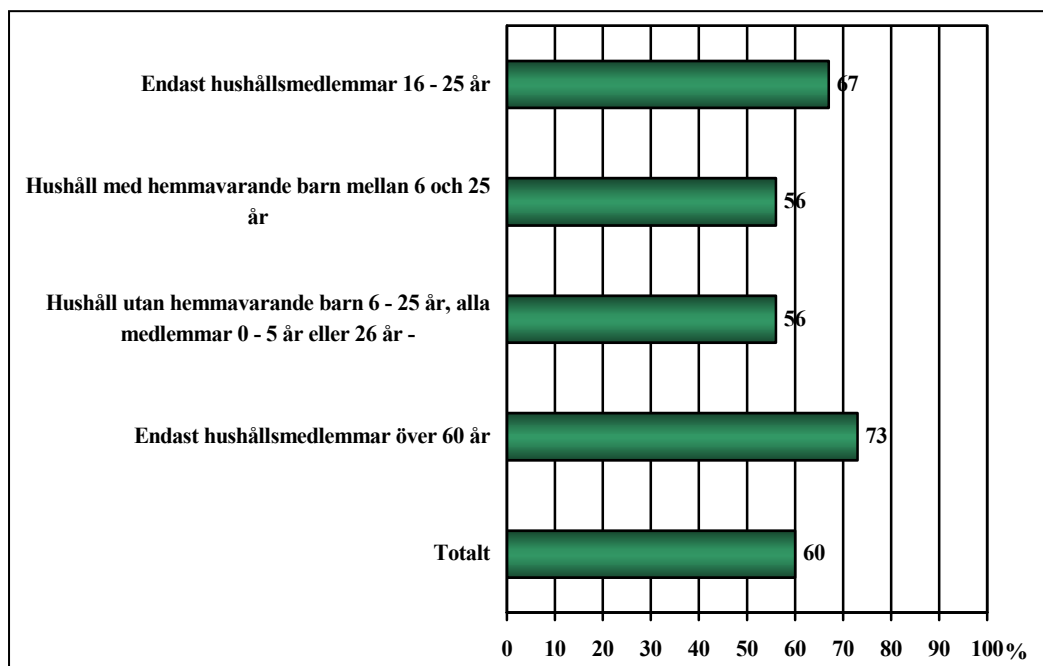
Huvudsaklig teleoperatör för fast telefoni

Även som huvudsaklig operatör (det telebolag till vilket man betalar samtalsavgifterna) är Telia ledande. På andra plats som operatör kommer Tele2 och därefter Optimal Telecom, ACN och Glocalnet. De tre sistnämnda omfattar dock endast 3-5 procent av de svarande var för sig. Totalt anlitas de alternativa teleoperatörerna av cirka en av fyra respondenter.

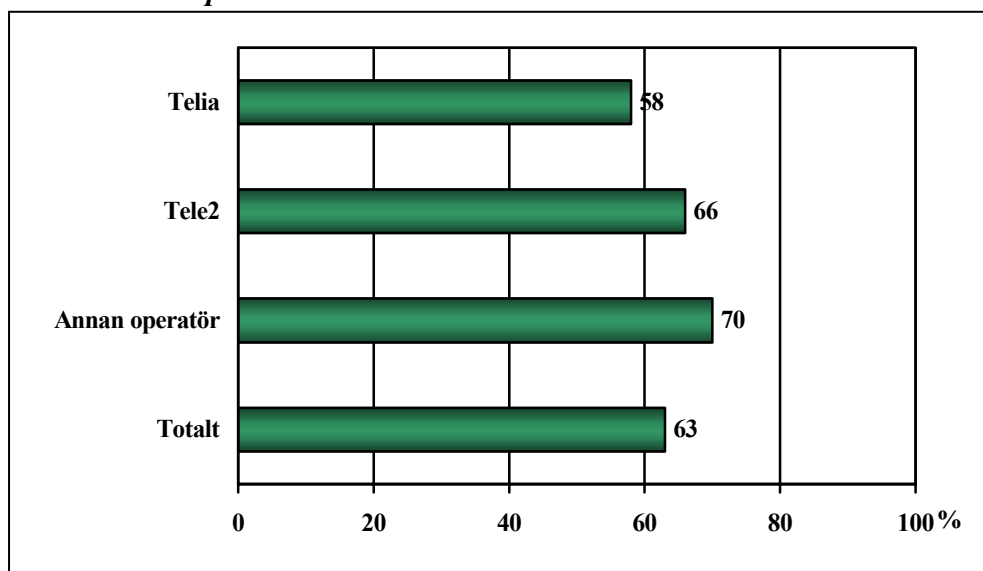
Diagram 6: *Vilket telebolag använder ditt hushåll som huvudsaklig operatör, dvs till vilket telebolag betalar hushållet huvudsakligen samtalsavgifterna? (Om du använder olika operatörer för Sverigesamtal och utlandssamtal, ange den operatör du använder för Sverigesamtal.)*



Andelen med Telia som huvudsaklig operatör är större bland dem som bor i hushåll med endast ungdomar (16-25 år) respektive i hushåll med endast äldre medlemmar (61 år och äldre). Andelen är också större bland svarande med endast grundskola och lägre hushållsinkomster (200 000 kronor om året eller mindre).

Diagram 7: Andel med Telia som huvudsaklig operatör efter hushållssammansättning.

Nästan två av tre (63 procent) är nöjda med sin huvudsakliga teleoperatör. De äldre och de med lägre utbildning är oftare nöjda med sin operatör. Det gäller också dem som har en annan operatör än Telia och Tele2.

Diagram 8: Andel som är nöjda med sin huvudsakliga operatör för fast telefoni efter operatör.

Intervjupersonerna fick ta ställning till ett antal påståenden om sin huvudsakliga teleoperatör.

De påståenden man oftast instämmer i är ”Välkänd och etablerad på marknaden” och ”Lättläst och överskådlig telefonräkning”. Studerar man vilka påståenden respondenter med olika operatörer instämmer i blir dock mönstret ett annat. Bland respondenter med annan operatörer än Telia och Tele2 instämmer störst andel i ”Lättläst och överskådlig telefonräkning”, men därefter ”Ett lågt pris på samtal inom Sverige”. Påståenden om priser generellt och även påståendet ”Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med” får en större andel instämmanden för de alternativa operatörerna än Telia och Tele2.

Tabell 1: Andel som instämmer i påståenden om sin huvudsakliga operatör för fast telefoni.

Påstående	Andel som instämmer i %			
	Totalt	Telia	Tele2	Övriga operatörer
Välkänd och etablerad på marknaden	77	91	81	43
Lättläst och överskådlig telefonräkning	67	65	75	70
Väl fungerande kundtjänst	39	44	33	33
Ett lågt pris på samtal inom Sverige	37	23	43	66
Erbjuder särskilda telefonitjänster som passar just mitt hushålls behov	33	36	30	26
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	19	13	19	34
Ett lågt pris på samtal från fast till mobil telefoni	18	7	20	42
Ett lågt pris på utlandssamtal	16	8	18	35

En analys av vilka aspekter på huvudteleoperatören som har störst betydelse för helhetsomdömet visar att det främst är egenskaperna ”Ett lågt pris på samtal inom Sverige”, ”Väl fungerande kundtjänst” och ”Ett lågt pris på utlandssamtal” som har starka samband med helhetsomdömet om operatören.

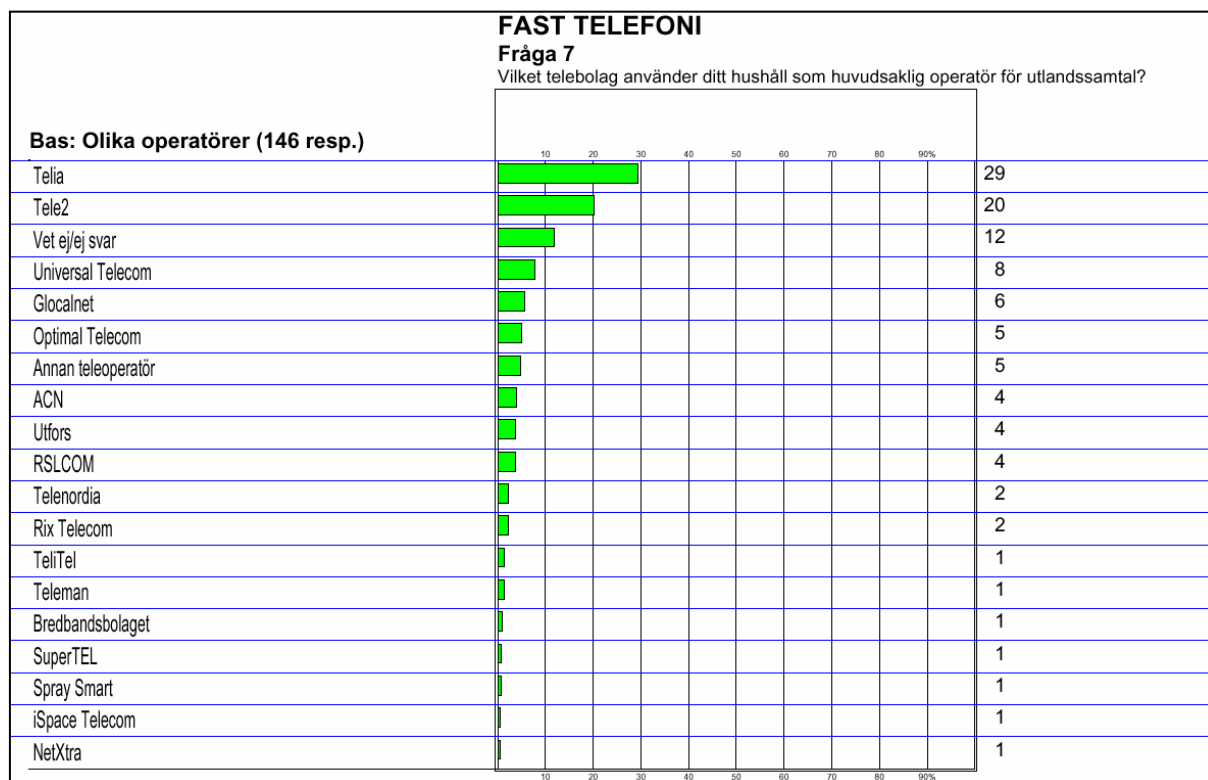
Tabell 2: Olika aspekters samband med helhetsomdöme om huvudsaklig operatör för fast telefoni.

Påstående	Samband med helhetsomdöme om operatören
Ett lågt pris på samtal inom Sverige	0,46
Väl fungerande kundtjänst	0,45
Ett lågt pris på utlandssamtal	0,43
Lättläst och överskådlig telefonräkning	0,38
Ett lågt pris på samtal från fast till mobil telefoni	0,38
Erbjuder särskilda telefonitjänster som passar just mitt hushålls behov	0,32
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	0,32
Välkänd och etablerad på marknaden	0,03

Utlandssamtal

Nio procent uppger att de har en annan operatör för utlandssamtal än för nationella samtal. Bland dessa är Telia den vanligaste operatören, tätt följd av Tele2 och därefter Universal Telecom och Glocalnet.

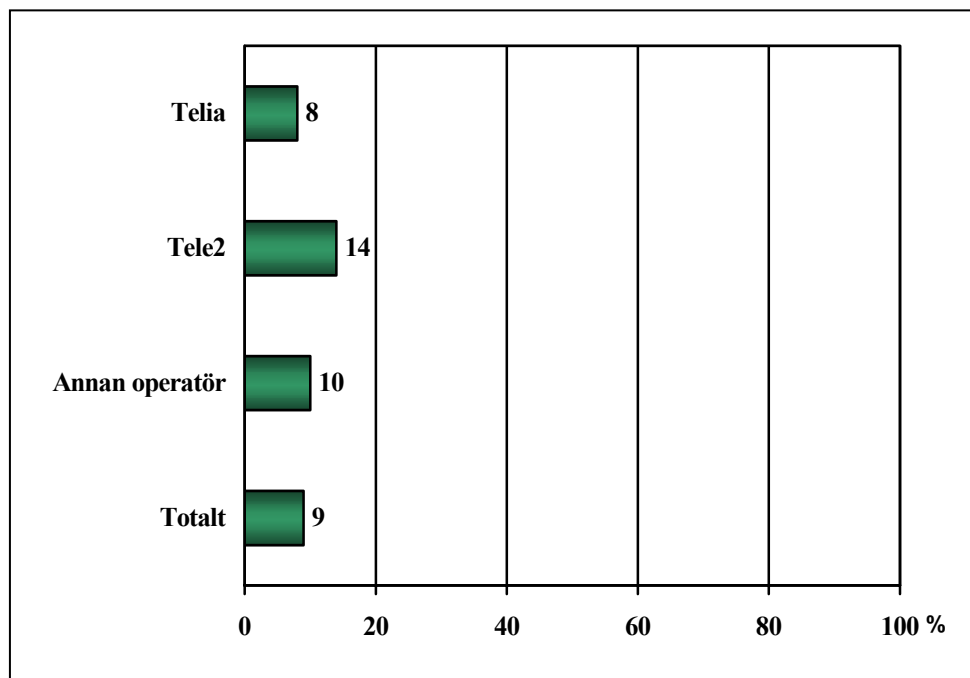
Diagram 9: *Vilket telebolag använder ditt hushåll som huvudsaklig operatör för utlandssamtal, dvs till vilket telebolag betalar hushållet huvudsakligen samtalsavgifterna för utlandssamtal?*



Annan operatör för utlandssamtal är vanligare bland dem som bor i storstad och bland 1:a generationens invandrare.

Det är också vanligare bland dem som har Tele2 som huvudoperatör.

Diagram 10: Andel med annan operatör för utlandssamtal efter huvudsaklig operatör.



Sammantaget är 60 procent nöjda med sin operatör för utlandssamtal.

De intervjupersoner som valt en annan operatör för utlandssamtal fick även för denna ta ställning till ett antal påståenden om operatören.

De påståenden man oftast instämmer i är "Lättläst och överskådlig telefonräkning" samt "Välkänd och etablerad på marknaden".

Tabell 3: *Andel som instämmer i påståenden om sin huvudsakliga operatör för utlandssamtal. (Bas: De som valt en annan operatör för utlandssamtal än för samtal inom Sverige.)*

Påstående	Andel som instämmer i %
	Totalt
Lättläst och överskådlig telefonräkning	52
Välkänd och etablerad på marknaden	50
Ett lågt pris på utlandssamtal	45
Väl fungerande kundtjänst	36
Ett lågt pris på samtal inom Sverige	32
Erbjuder särskilda telefonitjänster som passar just mitt hushålls behov	29
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	24
Ett lågt pris på samtal från fast till mobil telefoni	23

En analys av vilka aspekter på huvudteleoperatören som har störst betydelse för helhetsomdömet visar att det främst är egenskaperna vad gäller prissättning som har starka samband med helhetsomdömet om operatören.

Tabell 4: *Olika aspekters samband med omdöme om operatör för utlandssamtal. (Bas: De som valt en annan operatör för utlandssamtal än för samtal inom Sverige.)*

Påstående	Samband med helhetsomdöme om operatören.
Ett lågt pris på samtal från fast till mobil telefoni	0,60
Ett lågt pris på utlandssamtal	0,48
Ett lågt pris på samtal inom Sverige	0,47
Lättläst och överskådlig telefonräkning	0,41
Erbjuder särskilda telefonitjänster som passar just mitt hushålls behov	0,35
Väl fungerande kundtjänst	0,26
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	0,26
Välkänd och etablerad på marknaden	0,04

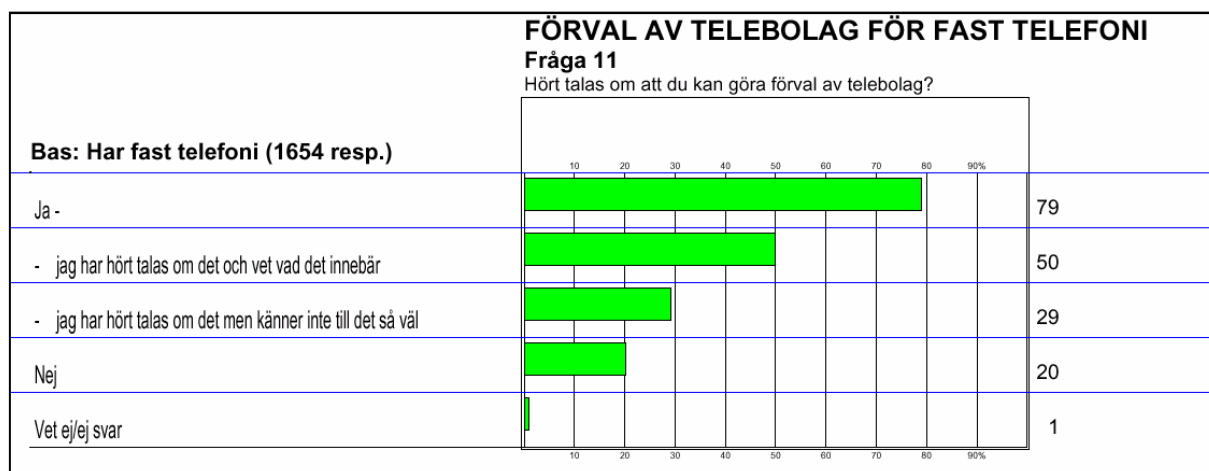
Sex procent av dem som har fast telefoni uppger att de använder telefonkort för utlandssamtal.
Endast två procent gör det alltid.

FÖRVAL AV OPERATÖR FÖR FAST TELEFONI

Kännedom om förval

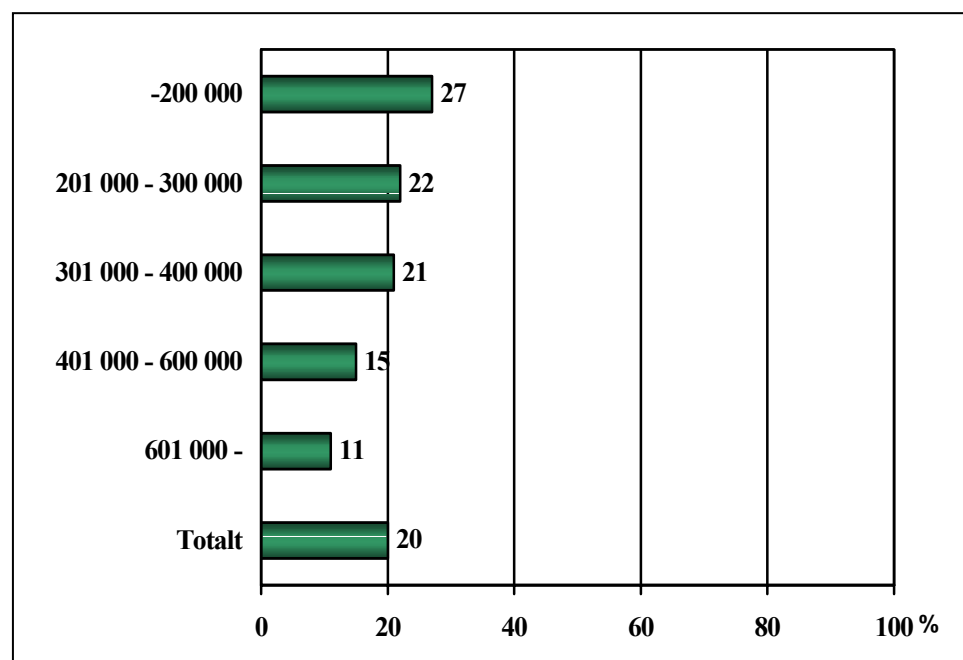
De flesta, åtta av tio, har hört talas om förval av operatör/telebolag för fast telefoni. Hälften tycker att också att de vet vad detta innebär.

Diagram 11: Sett, läst eller hört talas om förval



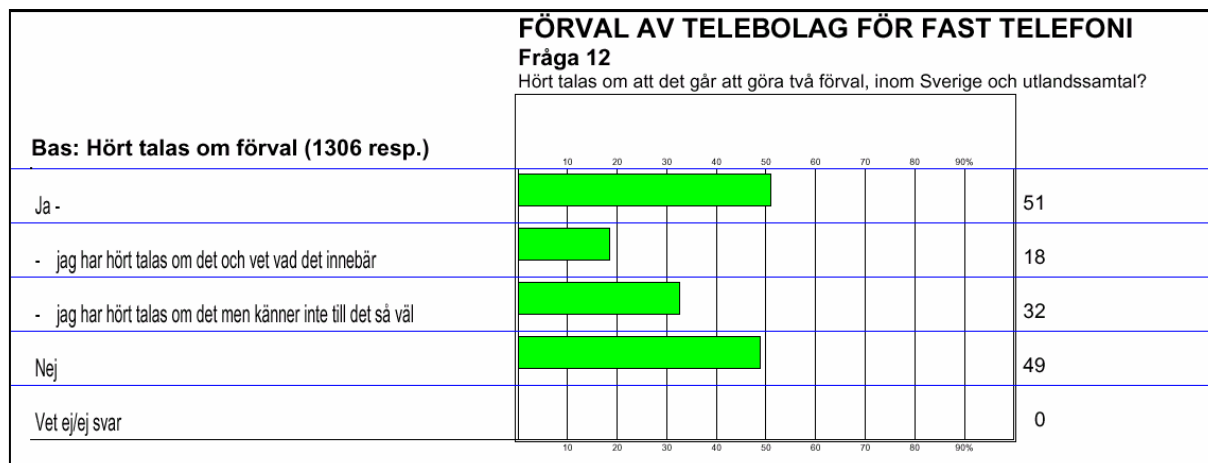
De yngsta (16-30 år) känner till förval i mindre utsträckning. Kännedomen om förval ökar med utbildning. Den är också vanligare bland dem med högre hushållsinkomster och i storstäder

Diagram 12: Andel som inte känner till förval efter hushållsinkomst.



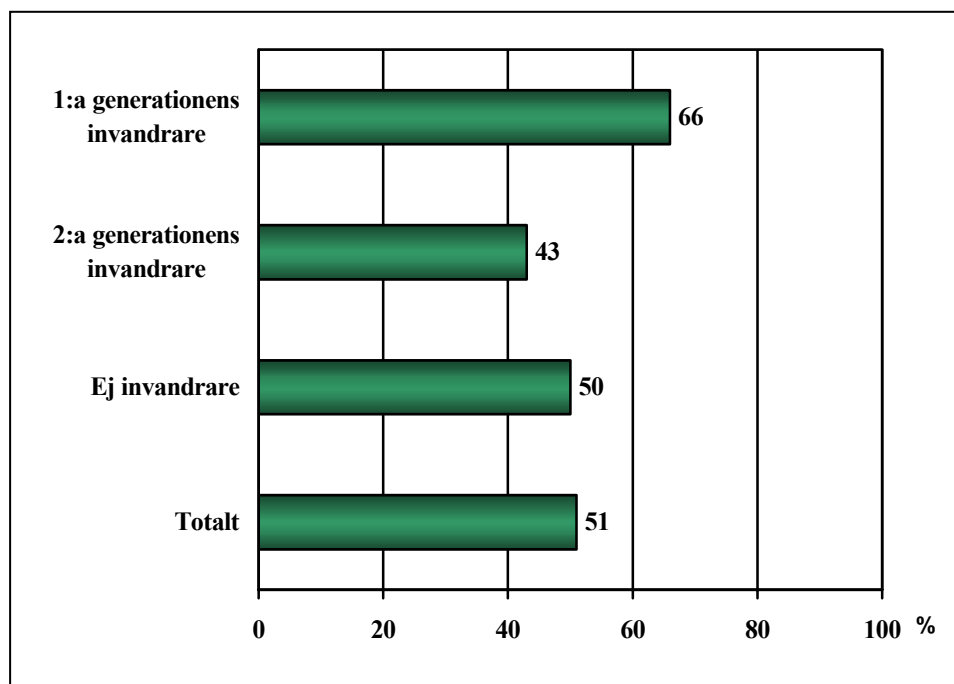
Av dem som känner till förval överhuvudtaget är det endast hälften som sett, läst eller hört talas om att det går att göra två förval, ett för samtal inom Sverige och ett för utlandssamtal.

Diagram 13: Sett, läst eller hört talas om att det går att göra två förval.



Även här är kännedomen mer utbredd bland äldre. Även bland 1:a generationens invandrare är kännedomen högre.

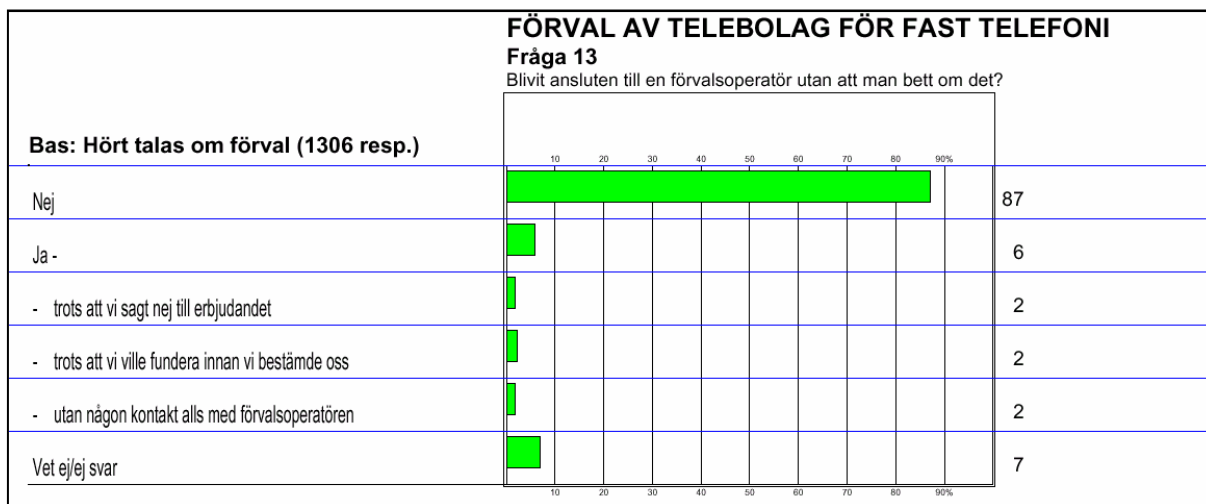
Diagram 14: Andel som känner till att det går att göra två förval efter invandrarbakgrund.



Ofrivillig anslutning till förvalsoperatör

Av dem som känner till förval uppger sex procent att de blivit anslutna till en förvalsoperatör utan att be om det.

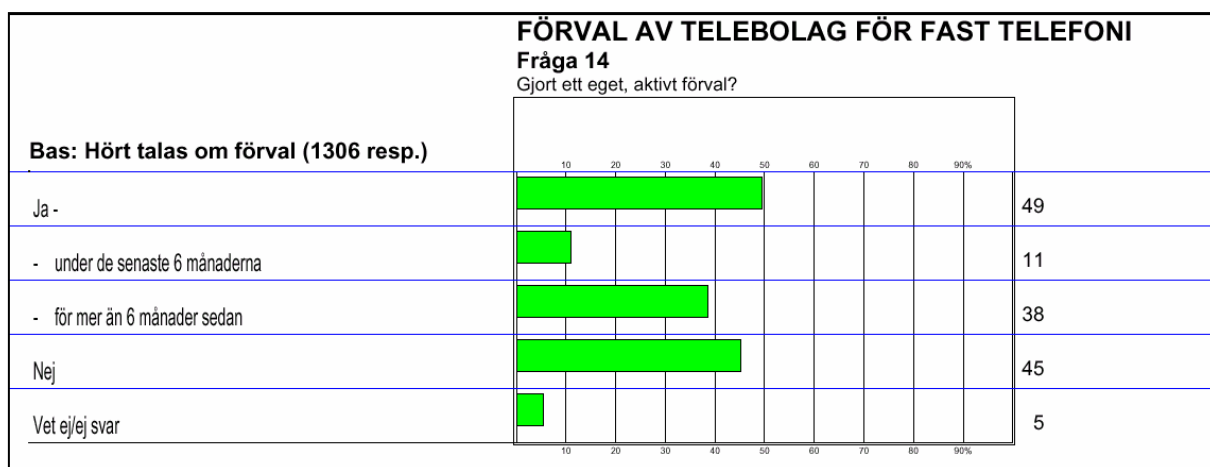
Diagram 15: Har ditt hushåll någon gång blivit ansluten till en förvalsoperatör utan att be om det?



Aktivt förval

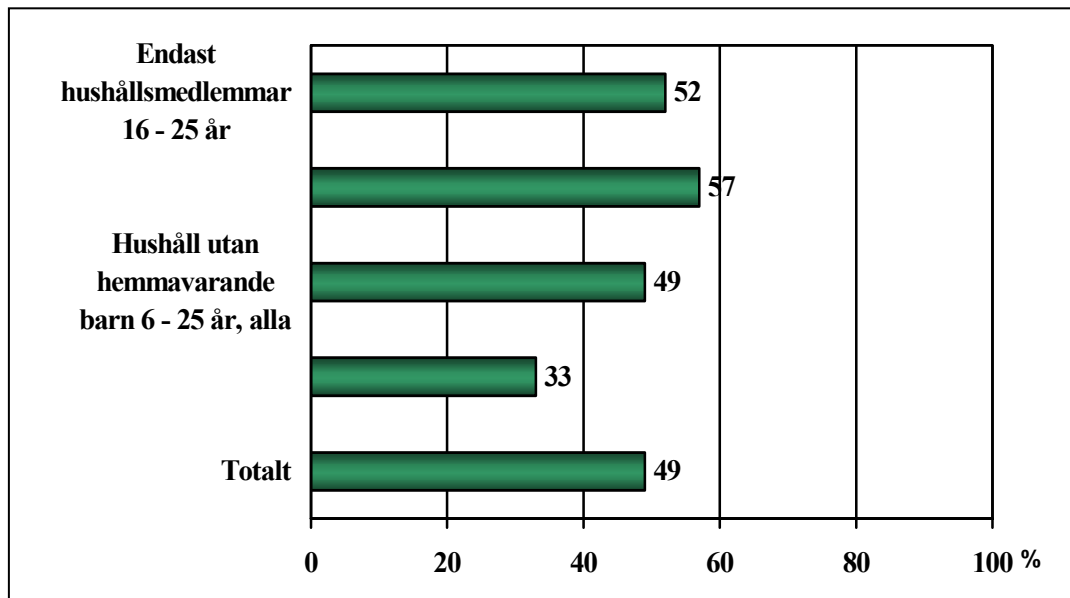
Hälften av dem som känner till förval har gjort ett aktivt, eget förval för hushållets fasta telefoni. De flesta av dessa förval har skett för mer än 6 månader sedan.

Diagram 16: Har ditt hushåll gjort ett eget, aktivt förval?



Förval är vanligare bland dem med högre utbildning och också bland 2:a generationens invandrare. Det är mindre vanligt bland dem som bor i hushåll med endast äldre hushållsmedlemmar (61 år och äldre).

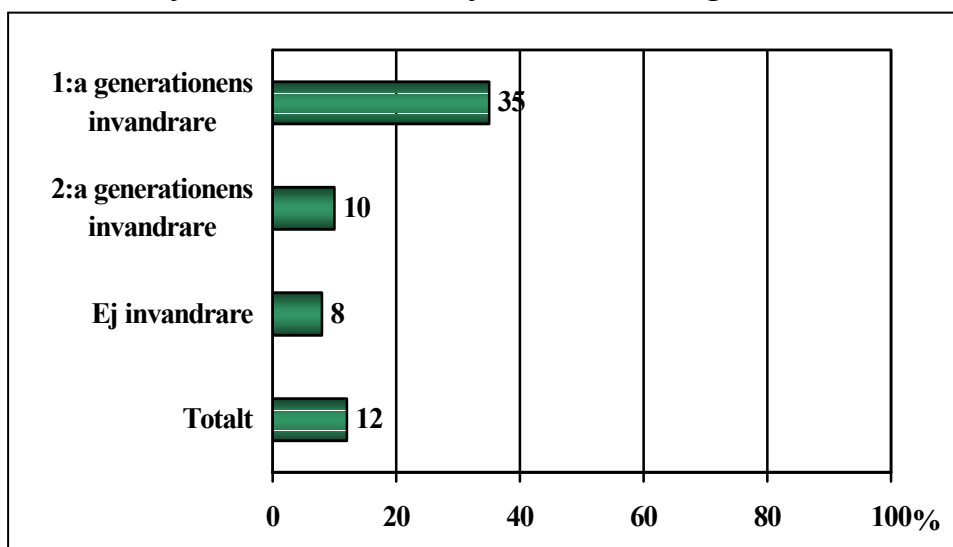
Diagram 17: Andel som gjort ett eget, aktivt förval efter hushållssammansättning.



Bland dem som har Telia som huvudsaklig operatör har endast 31 procent gjort ett eget, aktivt förval.

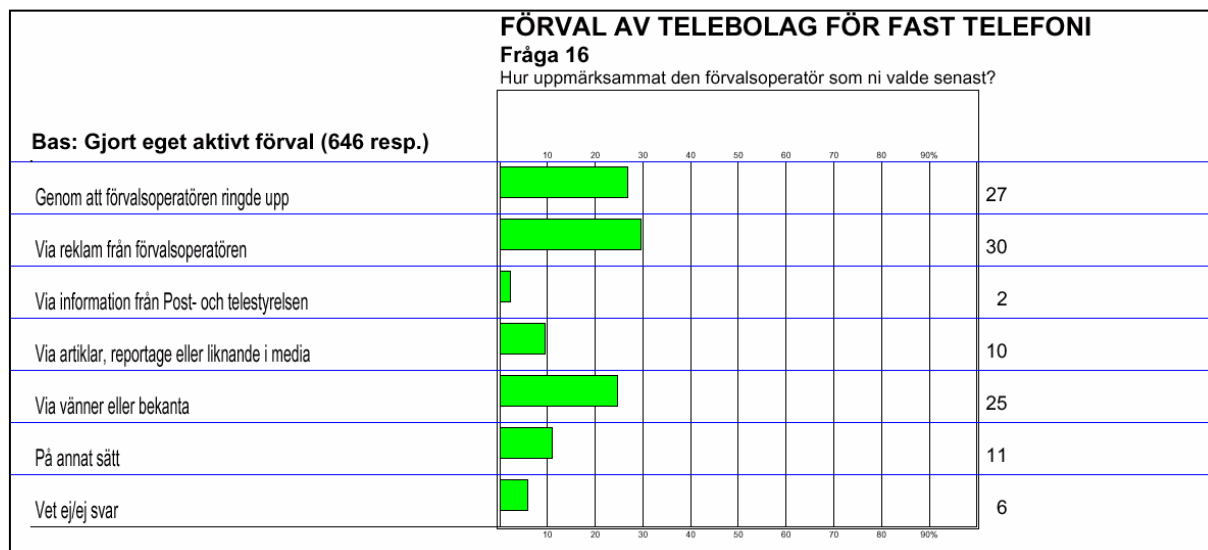
Tolv procent uppger att de någon gång valt en annan operatör för utlandssamtal än för samtal inom Sverige. Detta är vanligare bland egna företagare och bland dem som är första generationens invandrare.

Diagram 18: Andel som någon gång valt en annan förvalsoperatör för utlandssamtal än för nationella samtal efter invandrarbakgrund.



Den förvalsoperatör man valde senast blev man uppmärksam på i första hand genom reklam från förvalsoperatören eller genom att förvalsoperatören ringde upp. Ett vanligt sätt är också att bli uppmärksam via vänner och bekanta.

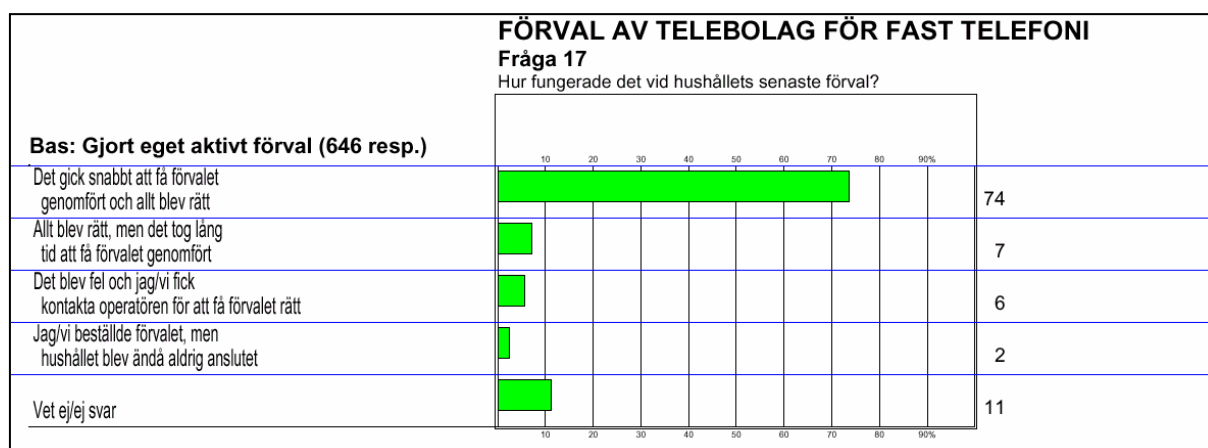
Diagram 19: Hur blev ditt hushåll uppmärksammat på den förvalsoperatör ni valde senast?



De yngsta uppger oftare att de blivit uppmärksammade via vänner eller bekanta. Reklam från förvalsoperatören uppges oftare som källa av de äldsta. Egna företagare uppger i större utsträckning att de blivit uppmärksammade via artiklar, reportage eller liknande.

De flesta, tre av fyra, tycker att det gick snabbt att få förvalet genomfört och att allt blev rätt. Femton procent upplevde dock olika typer av svårigheter vid förvalet.

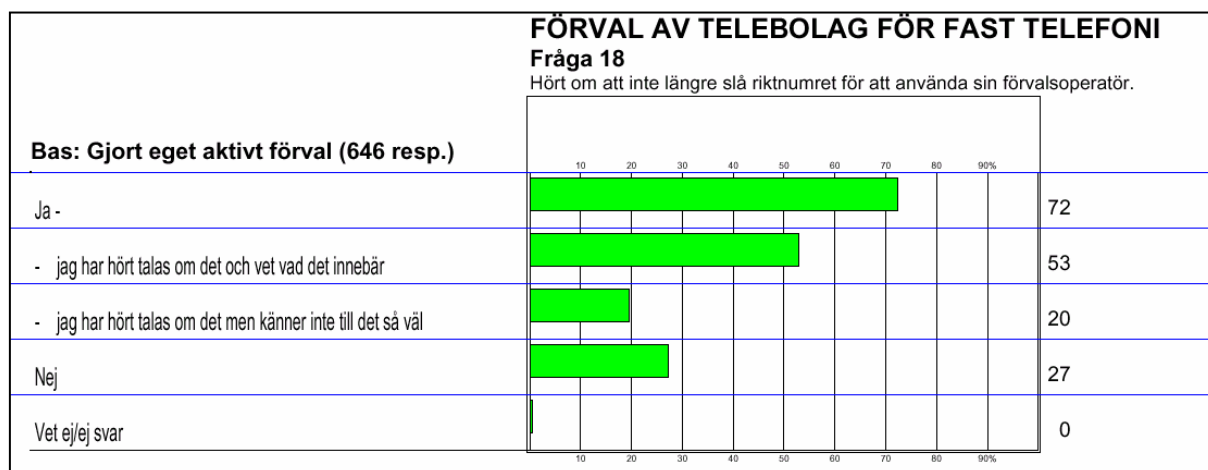
Diagram 20: Hur fungerade det vid hushållets senaste förval?



Här finns inga skillnader mellan olika grupper av svarande.

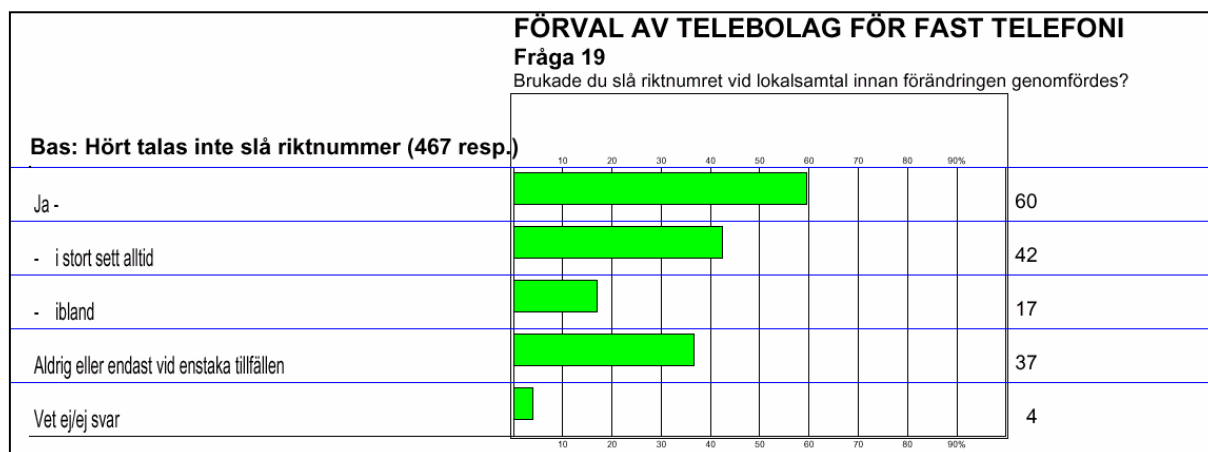
De flesta av dem som gjort ett eget, aktivt förval har hört talas om att man inte längre behöver slå riktnumret för att använda sin förvalsoperatör. Inte heller här finns några skillnader mellan olika grupper av svarande.

Diagram 21: Har du sett, läst eller hört talas om att den som ringer ett lokalsamtal inte längre behöver slå riktnumret för att använda sin förvalsoperatör?



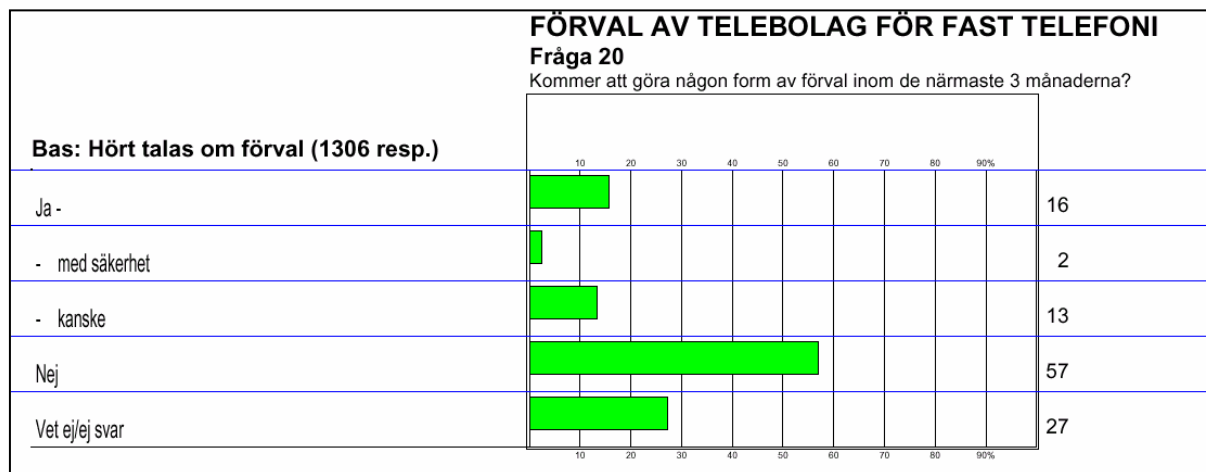
Sex av tio brukade slå riktnumret innan förändringen genomfördes.

Diagram 22: Brukade du slå riktnumret innan förändringen genomfördes?



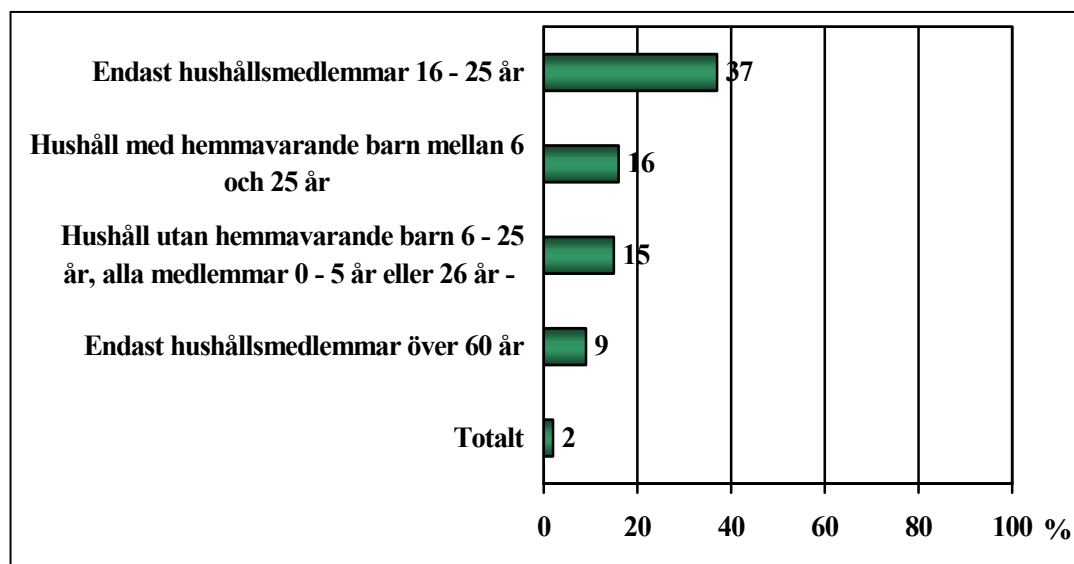
16 procent av dem som hört talas om förval uppger att hushållet med säkerhet kommer att göra någon form av förval (nytt förval eller för första gången) inom de närmaste 3 månaderna.

Diagram 23: Kommer ditt hushåll att göra någon form av förval inom de närmaste tre månaderna?



Det är framförallt de som bor i ungdomshushåll som uppger att de med säkerhet kommer att göra någon form av förval. Det är också vanligare bland dem med högre utbildning och 2:a generationens invandrare.

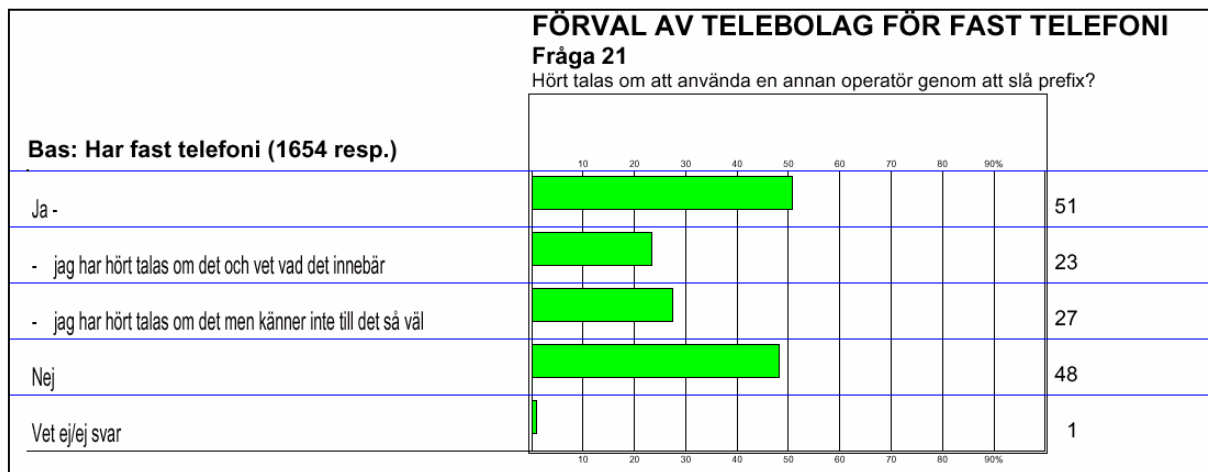
Diagram 24: Andel som med säkerhet eller kanske kommer att göra någon form av förval inom de närmaste tre månaderna efter hushållssammansättning.



Bland dem som inte gjort ett eget, aktivt förval tidigare är andelen som kanske eller säkert kommer att göra ett förval endast 13 procent. Motsvarande andel för dem som redan gjort ett förval är knappt 20 procent. Det är alltså främst de som redan gjort förval som är benägna att göra ett nytt sådant.

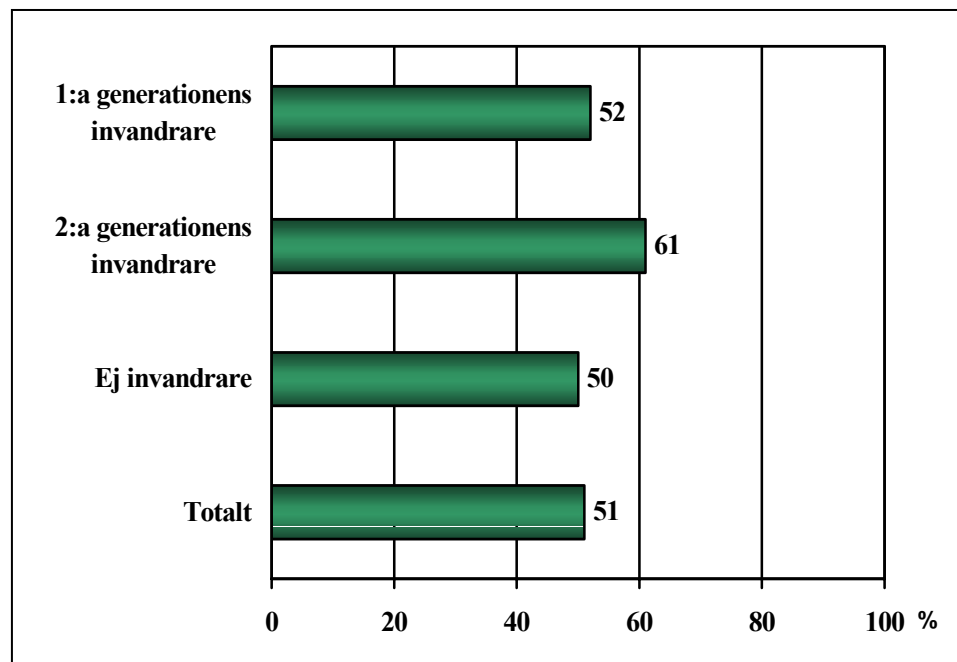
Hälften av dem med fast telefoni har sett, läst eller hört talas om att man kan använda andra operatörer genom att slå ett prefix före telefonnumret.

Diagram 25: Har du sett, läst eller hört talas om att du kan använda en annan operatör genom att slå ett prefix före telefonnumret när du ringer samtal?



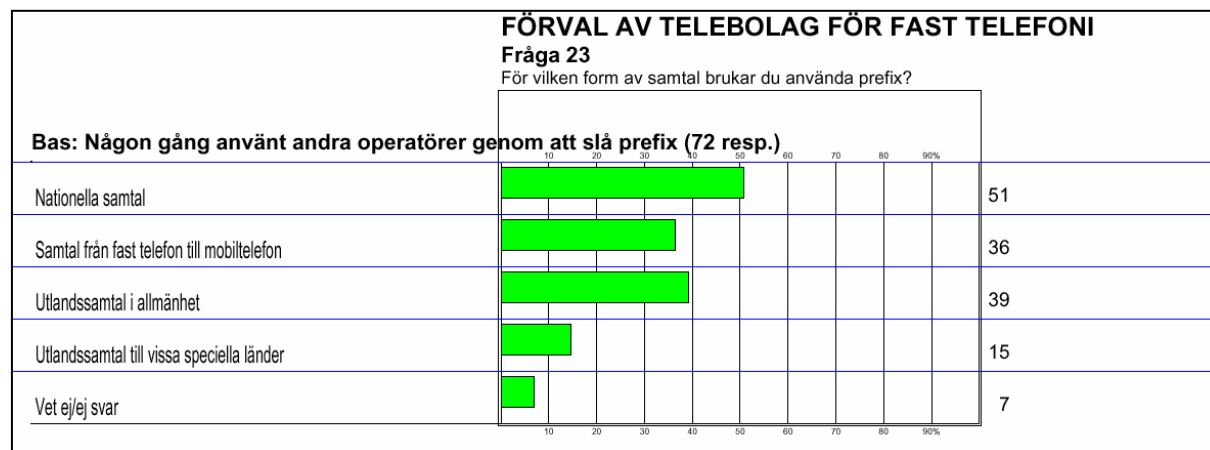
Kännedom om användandet av prefix är vanligare bland dem med högre utbildning, egna företagare och dem med högre hushållsinkomster. Den är också mer utbredd bland boende i storstäder och 2:a generationens invandrare. De äldsta känner till prefix i mindre utsträckning än de yngre.

Diagram 26: Känner till prefix efter invandrarbakgrund.



Av dem med kännedom använder knappt en av tio prefix, dvs cirka 4 procent av samtliga med fast telefoni. Att slå prefix är vanligast för samtal inom Sverige.

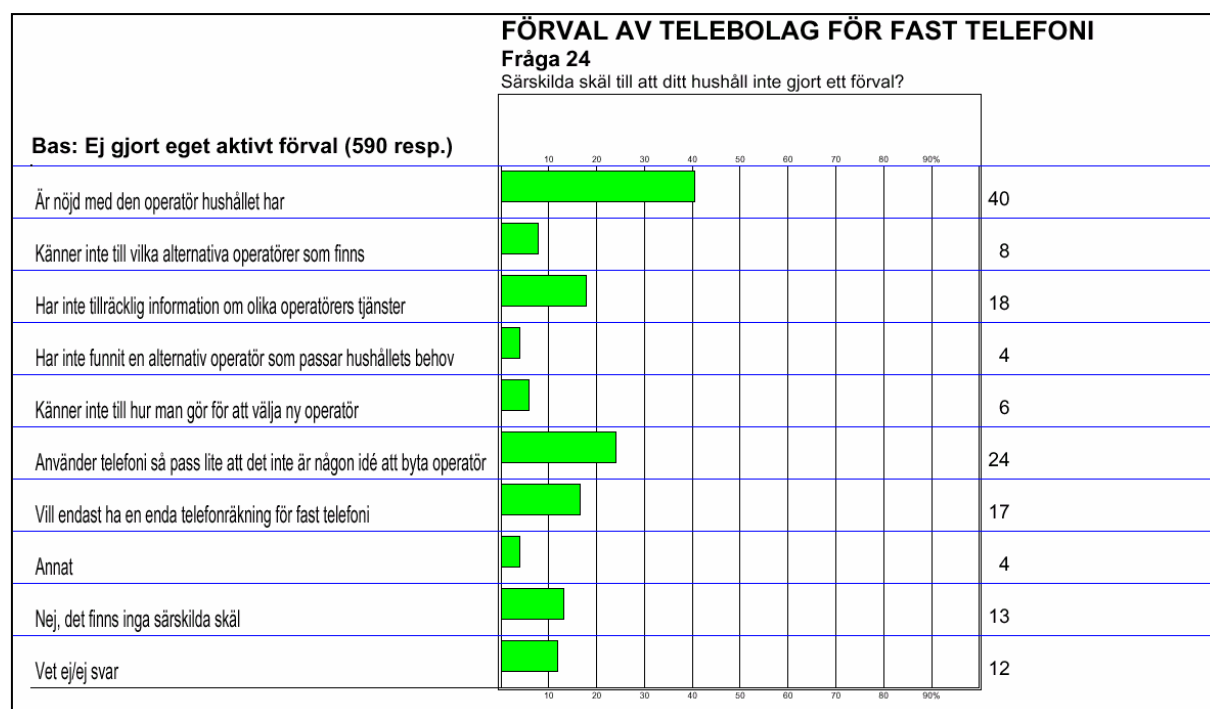
Diagram 27: För vilken form av samtal brukar du använda prefix?



Varför inget aktivt förval?

De som inte gjort något aktivt förval fick frågan om det finns några särskilda skäl till att hushållet inte gjort ett förval. Fyra av tio uppger då att de är nöjd med den operatör de har. Flera anger dock någon form av informationsbrist, främst att man inte har tillräcklig information om olika operatörers tjänster. Ett relativt vanligt skäl till att inte byta operatör är också att man använder fast telefoni så lite att det inte är någon idé att byta operatör eller att man endast vill ha en telefonräkning.

Diagram 28: Finns det några särskilda skäl till att ditt hushåll inte gjort ett förval?

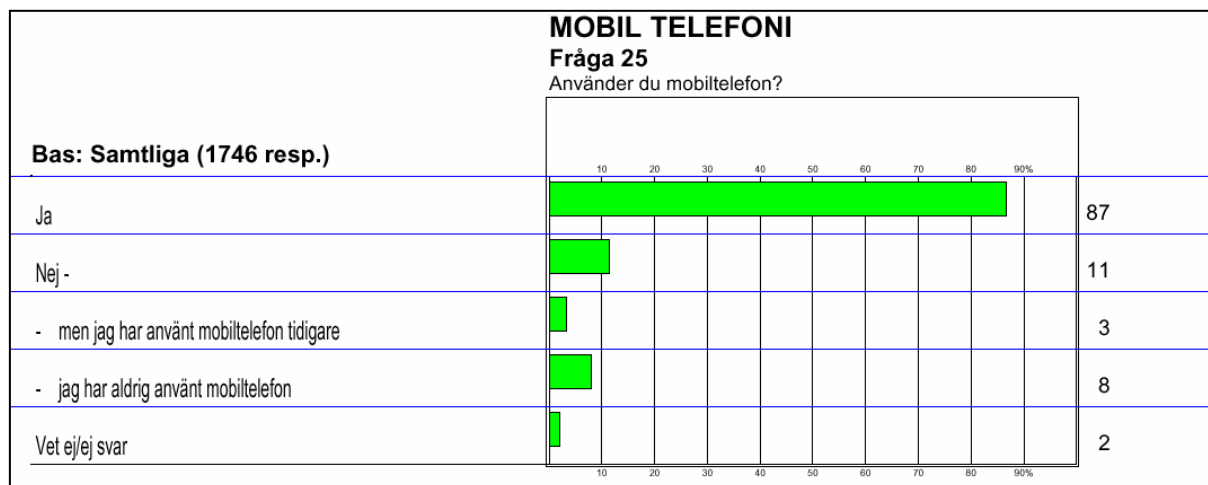


Arbetare uppger oftare att de inte gjort förval därför att de är nöjda med den operatör de har (49 procent). Att man inte känner till vilka alternativ operatörer som finns uppges oftare av dem som bor i ungdomshushåll (21 procent). Bristande information om olika operatörers tjänster uppges i större utsträckning av dem med högskoleutbildning (25 procent).

MOBIL TELEFONI

Nästan nio av tio använder mobil telefoni. Endast 8 procent uppger att de aldrig gjort det.

Diagram 29: Använder du mobiltelefon?



Mobiltelefonianvändandet är mer utbrett bland män och yngre än bland kvinnor och äldre. Det ökar med hushållsinkomst och utbildning.

Diagram 30: Andel som använder mobiltelefon efter kön.

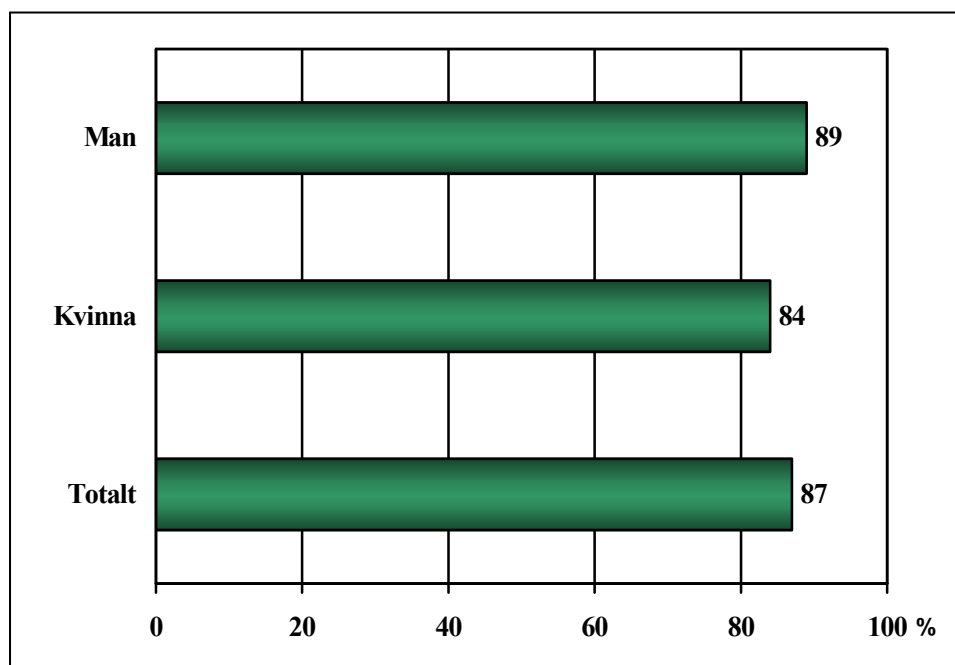
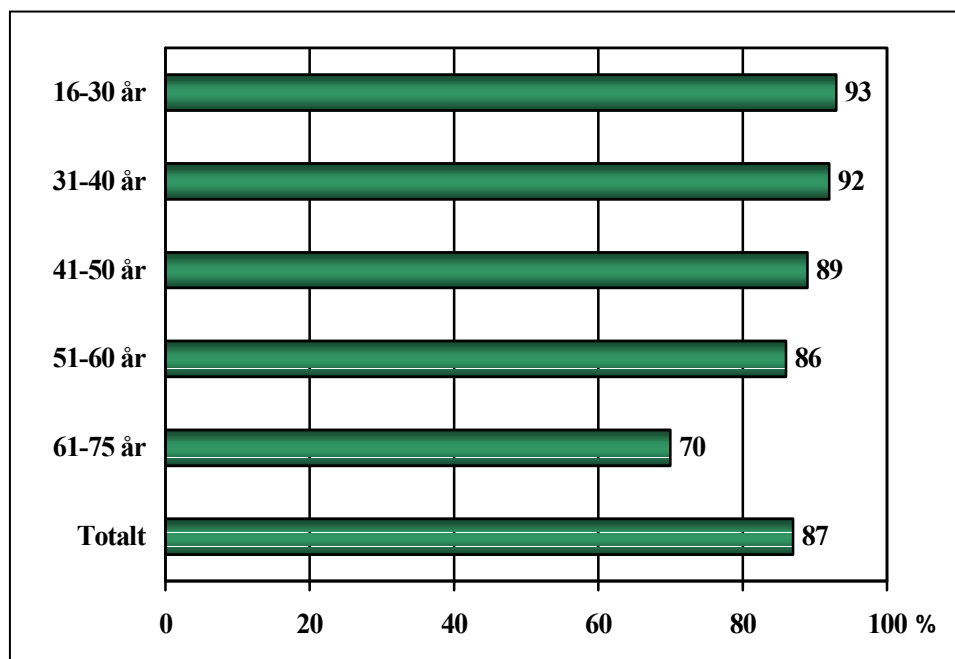
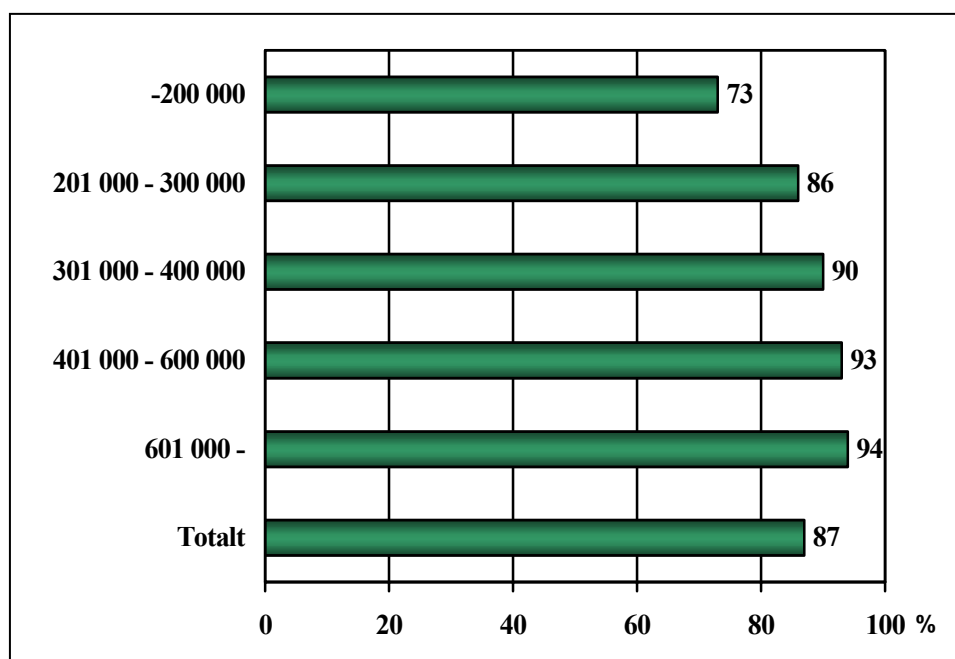
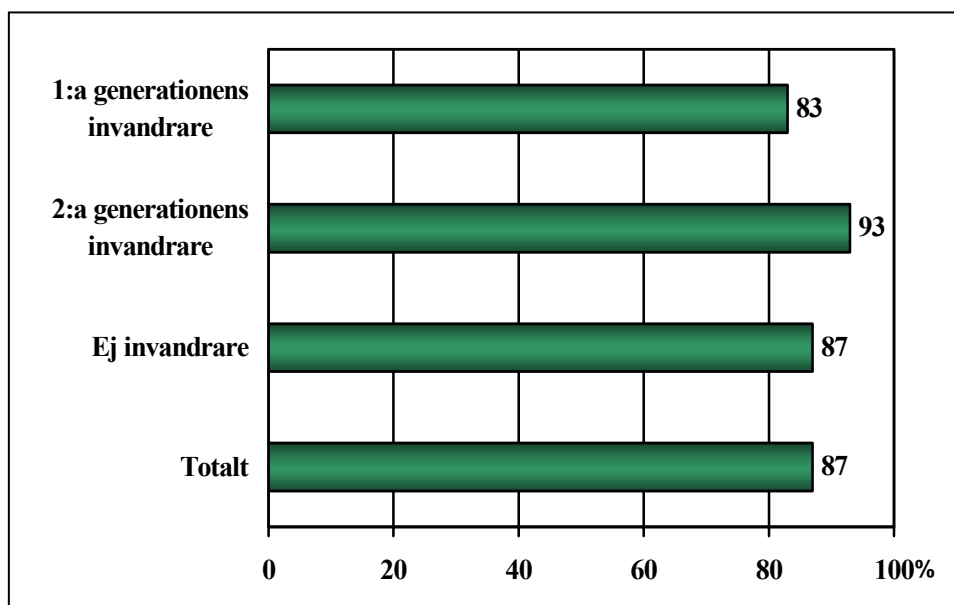
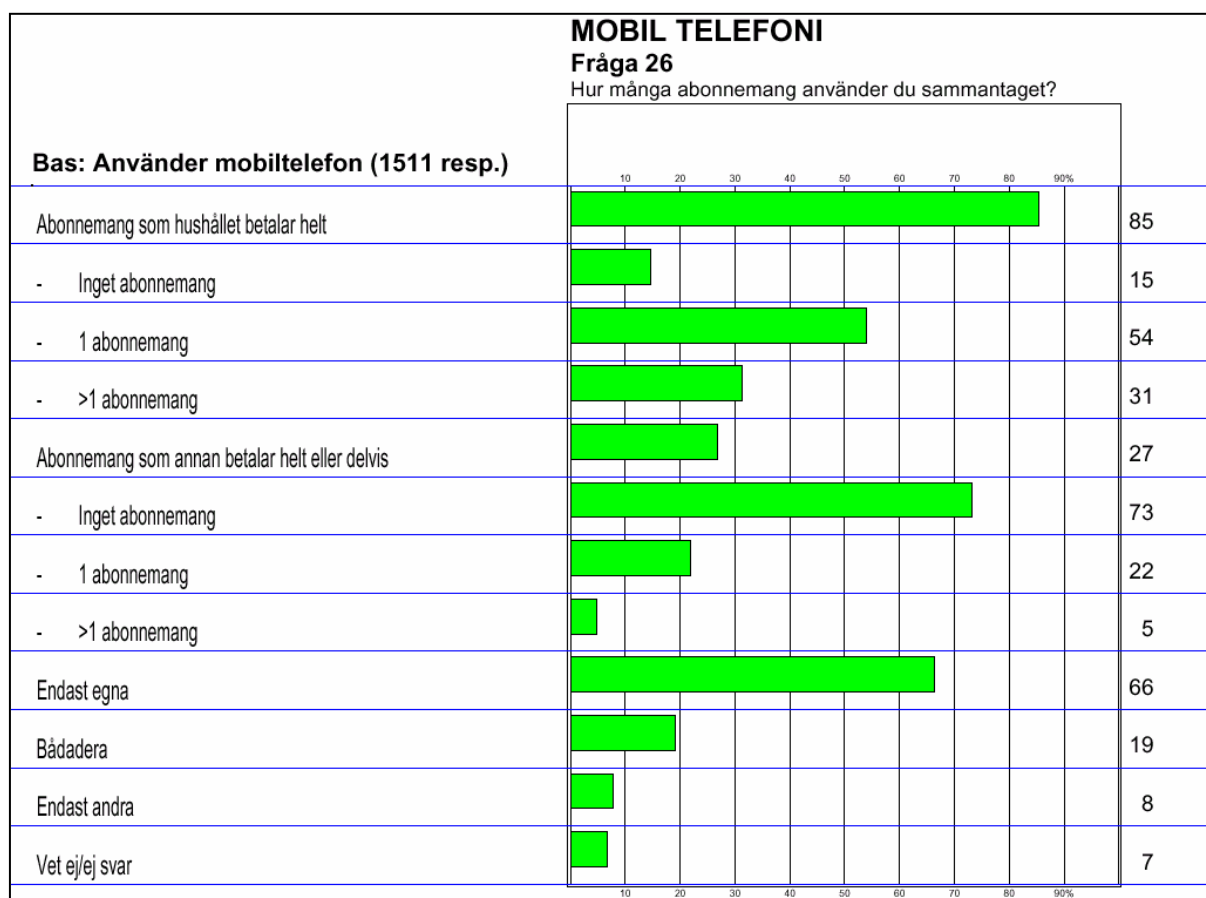


Diagram 31: Andel som använder mobiltelefon efter ålder.**Diagram 32: Andel som använder mobiltelefon efter hushållsinkomst.**

Mobiltelefonanvändandet är också något mer utbrett bland 2:a generationens invandrare än i genomsnittet i befolkningen

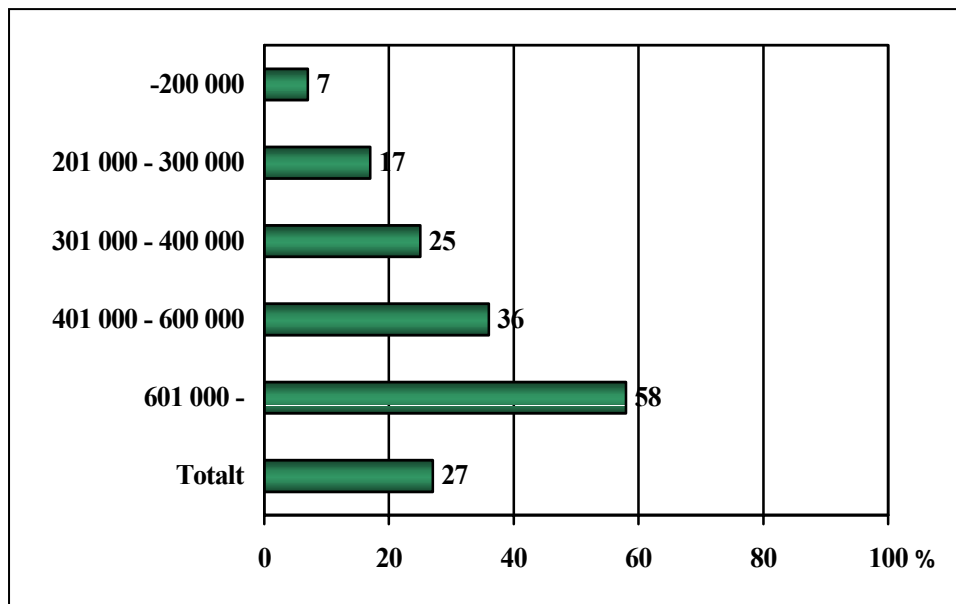
Diagram 33: Andel som använder mobiltelefon efter invandrarbakgrund.

Den vanligaste abonnemangsformen är abonnemang som någon i hushållet betalar helt. Drygt en av fyra har ett abonnemang som arbetsgivare, eget företag eller annan organisation betalar.

Diagram 34: Hur många abonnemang använder du sammantaget?

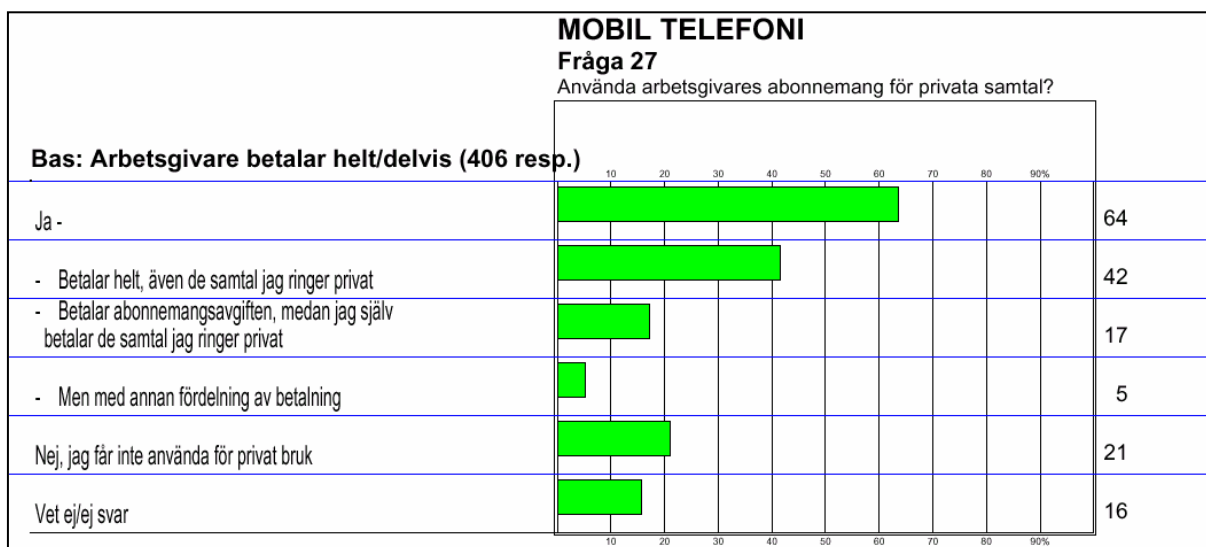
Abonnemang som arbetsgivaren betalar helt eller delvis är vanligare bland män, egna företagare och tjänstemän och bland dem med högre inkomster. Även storstadsbor och högutbildade har oftare denna lösning.

Diagram 35: Andel med abonnemang som arbetsgivare/eget företag/annan organisation betalar helt eller delvis efter hushållsinkomst.



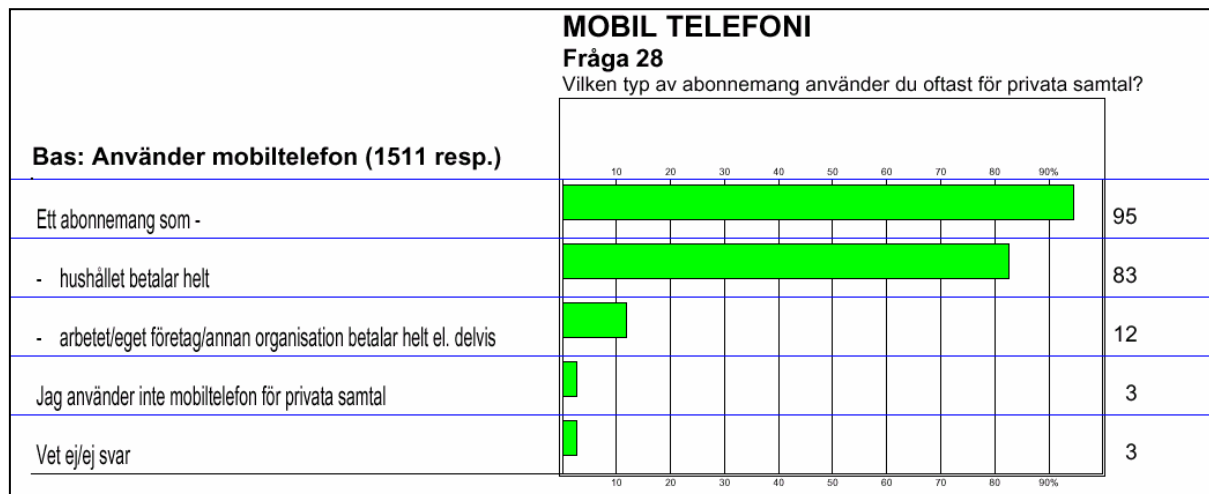
Två av tre av dem som har ett abonnemang som arbetsgivare/eget företag/annan organisation betalar helt eller delvis har möjlighet att använda abonnemanget för privata samtal. De flesta av dessa får även sina privata samtal betalda.

Diagram 36: Har du möjlighet att använda något av dina abonnemang som arbetsgivare/eget företag/annan organisation betalar för privata samtal? Om du har flera abonnemang, ange svar för det abonnemang du använder oftast.



De allra flesta använder oftast ett abonnemang som hushållet betalar helt för privata samtal.

Diagram 37: Vilken typ av abonnemang använder du oftast för privata samtal?

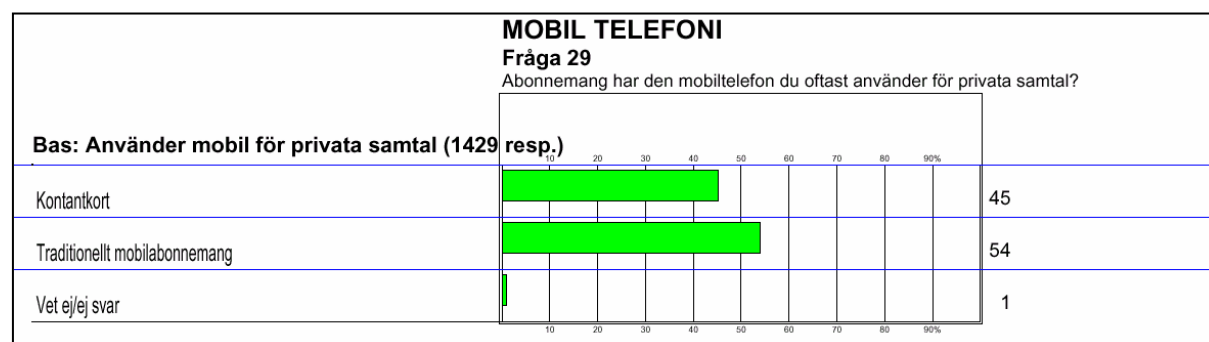


Andelen som använder ett abonnemang som arbetsgivare/eget företag/annan organisation betalar för privata samtal är dock större än genomsnittet bland män, egna företagare och tjänstemän, högskoleutbildade, storstadsbor och dem med de högsta inkomsterna.

I de påföljande frågorna svarar endast de som använder mobiltelefonen för privata samtal. De får bedöma det abonnemang man *oftast* använder för privata samtal.

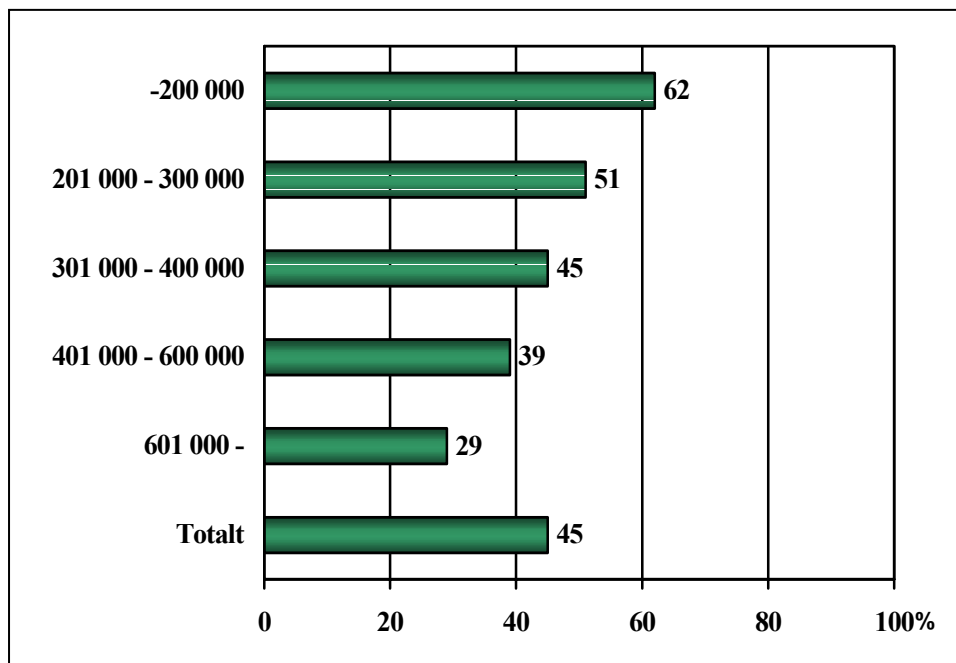
Vad gäller betalningsformen använder drygt hälften traditionellt mobilabonnemang. Denna andel är endast 49 procent bland dem som använder abonnemang som hushållet betalar, medan den är 89 procent bland dem som har abonnemang som arbetsgivare/företag/annan organisation betalar.

Diagram 38: Vilket sorts abonnemang har den mobiltelefon du oftast använder för privata samtal?



Kontantkortsanvändande är vanligare bland kvinnor, de yngsta (16-30 år) och de äldsta (61-75 år), bland grundskoleutbildade och bland dem med de lägsta hushållsinkomsterna.

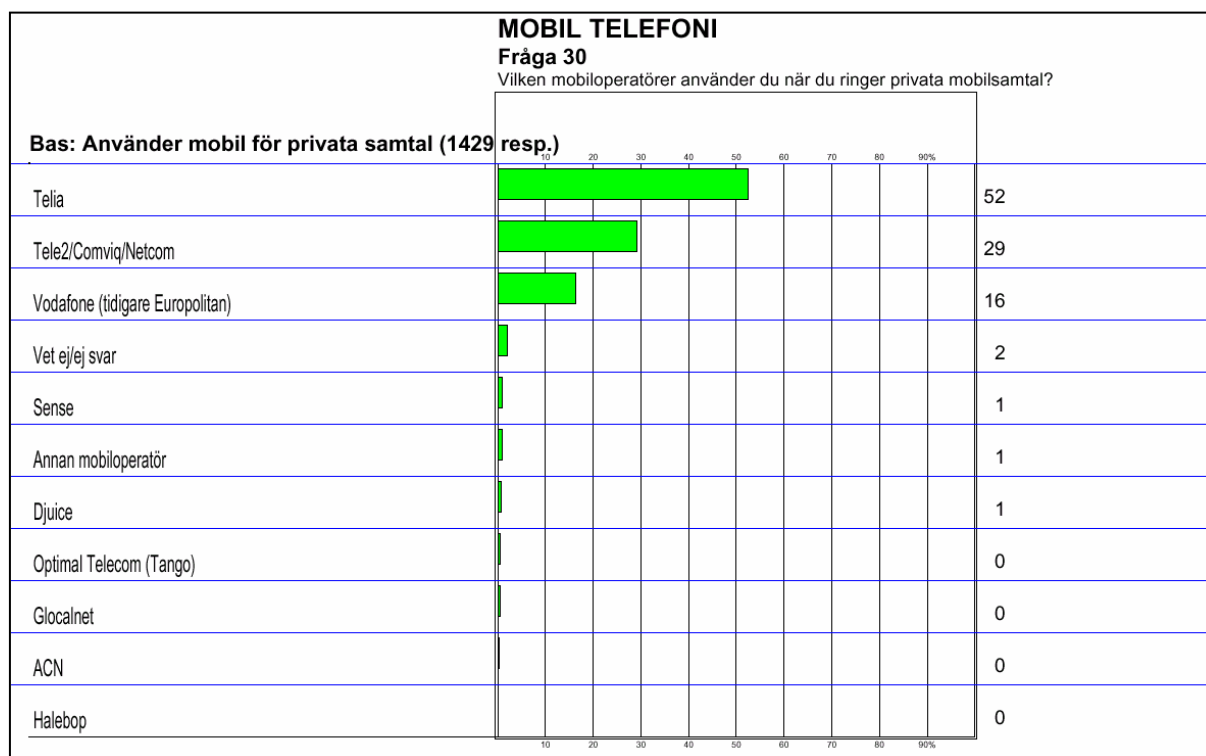
Diagram 39: Andel som använder kontantkort efter hushållsinkomst.



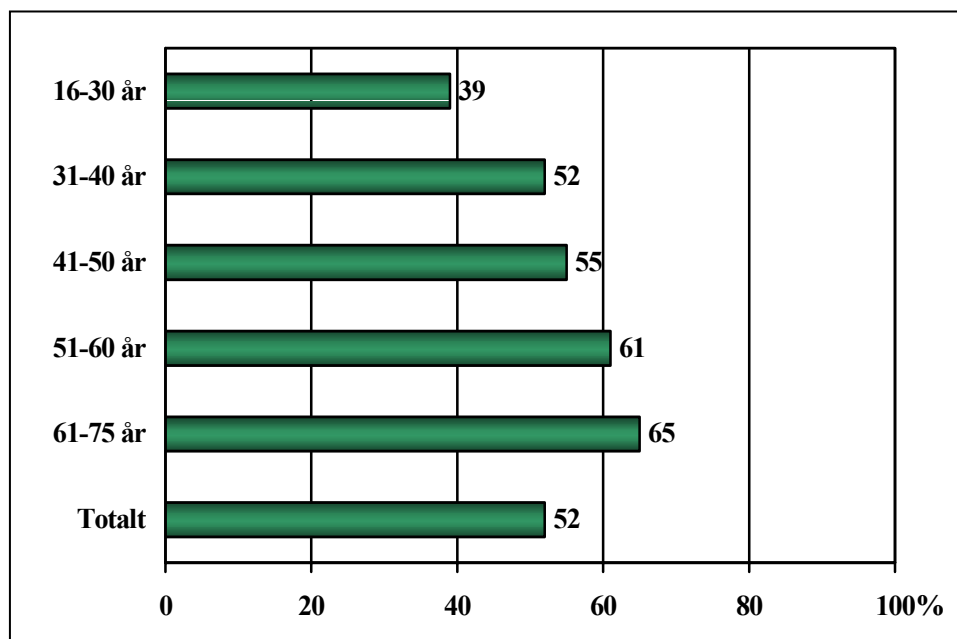
Huvudsaklig operatör för mobil telefoni (privata samtal)

Den vanligaste operatören inom mobiltelefoni är Telia, följd av Tele2/Comviq och Vodafone.

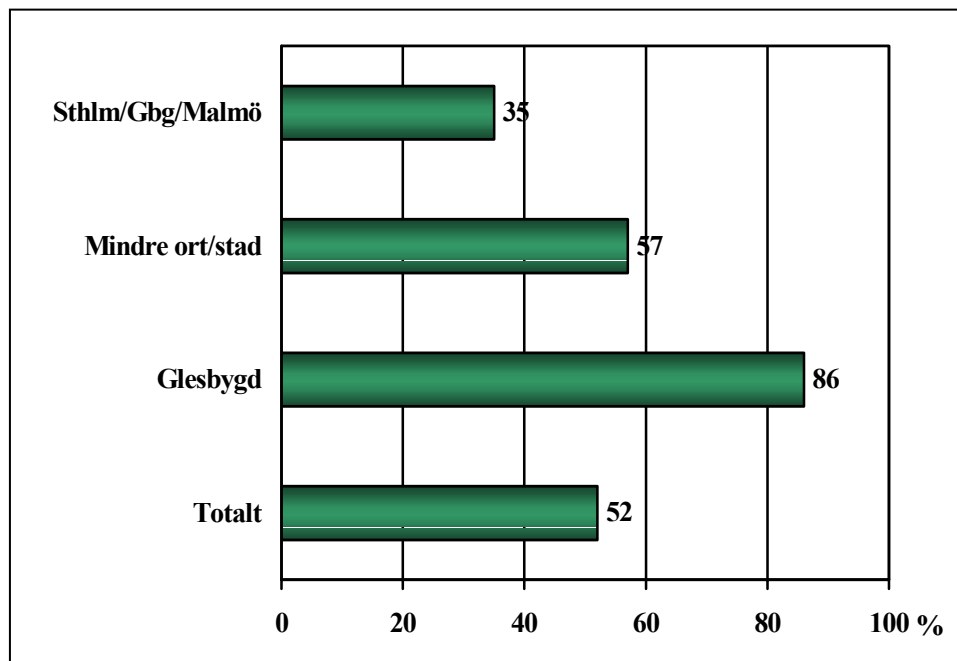
Diagram 40: Vilken mobiloperatör använder du när du ringer privata mobilsamtal?



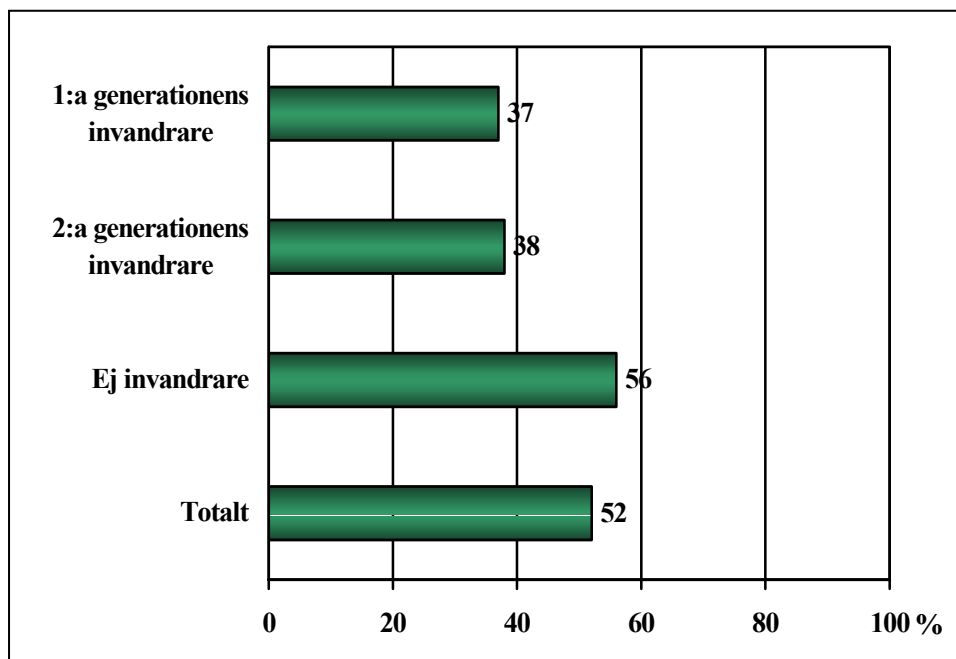
Andelen som använder Telia ökar med ålder. Telia är fortfarande den vanligaste operatören i alla åldersgrupper, men i den yngsta åldersgruppen anlitas Tele2/Comviq och Vodafone av nästan lika många.

Diagram 41: Andel med Telia som mobiloperatör efter ålder.

Telia som operatör är också vanligare i storstad än i glesbygd.

Diagram 42: Andel med Telia som mobiloperatör efter ort.

Det är färre med invandrabakgrund som har Telia som operatör.

Diagram 43: Andel med Telia som mobiloperatör efter invandrabakgrund.

Två av tre (66 procent) är nöjda med sin mobiloperatör, ungefär lika stor andel som för den fasta telefonin. De med lägst hushållsinkomster är nöjda i mindre utsträckning.

Man fick även ta ställning till ett antal påståenden om operatören.

De påståenden man oftast instämmer i är "Välkänd och etablerad på marknaden" samt "Ett mobilnät som har god täckning".

Precis som för fast telefoni varierar dock andelen som instämmer i olika påståenden med vilken operatör man har. De som har Telia instämmer mer sällan i påståenden om låga priser eller bättre, subventionerad mobiltelefon. De med Tele2/Comviq/Netcom som operatör anser i mindre utsträckning att operatören har god täckning i mobilnätet, väl fungerande kundtjänst eller lättläst och överskådlig telefonräkning. Vodafone får goda omdömen om sin kundtjänst.

Tabell 5: Andel som instämmer i påståenden om sin huvudsakliga mobiloperatör.

Påstående	Andel som instämmer i %				
	Totalt	Telia	Tele2/ Comviq	Voda- fone	Övriga opera- törer
Välkänd och etablerad på marknaden	89	92	91	93	55
Ett mobilnät som har god täckning	67	78	49	65	64
Erbjuder en typ av abonnemang som passar just mina behov	48	46	51	54	58
Väl fungerande kundtjänst	45	45	39	59	42
Lättläst och överskådlig telefonräkning	44	46	39	51	55
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	22	20	28	22	20
Låga samtalspriser för samtal till andra med samma operatör	20	11	35	20	41
Låga priser jämfört med andra operatörer	17	7	33	14	48
Erbjuder bättre, subventionerad mobiltelefon när abonnemanget tecknas än andra operatörer	16	11	21	21	25

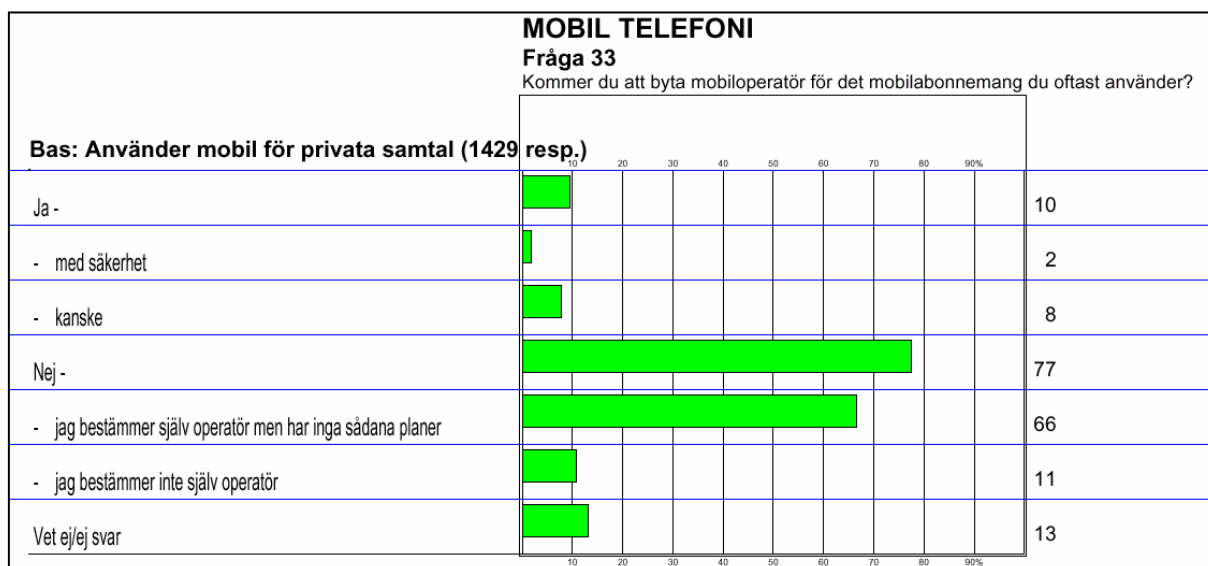
En analys av vilka aspekter på operatören för mobil telefoni som har störst betydelse för helhetsomdömet visar att det främst är egenskaperna vad gäller prissättning som har starka samband med helhetsomdömet om operatören.

Tabell 6: Olika aspekters samband med helhetsomdöme om huvudsaklig operatör för mobiltelefoni

Påstående	Samband med helhetsomdöme om operatören.
Väl fungerande kundtjänst	0,46
Erbjuder en typ av abonnemang som passar just mina behov	0,45
Ett mobilnät som har god täckning	0,39
Lättläst och överskådlig telefonräkning	0,39
Låga priser jämfört med andra mobiloperatörer	0,36
Låga samtalspriser för samtal till andra med samma operatör	0,33
Erbjuder bättre, subventionerad mobiltelefon när abonnemanget tecknas än andra operatörer	0,32
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag talat med	0,28
Välkänd och etablerad på marknaden	0,20

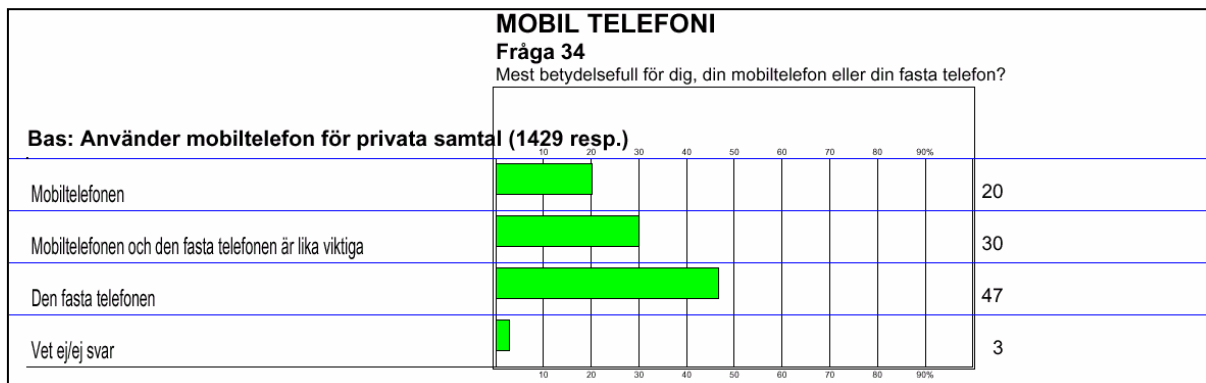
Endast två procent uppger att de med säkerhet kommer att byta operatör inom de närmaste tre månaderna, 8 procent kommer kanske att göra det. Andelen som funderar över att byta är större bland högskoleutbildade, egna företagare, de yngsta 16-30 år och storstadsbor.

Diagram 44: Kommer du att byta mobiloperatör för det mobilabonnemang du oftast använder för privata samtal under de närmaste tre månaderna?



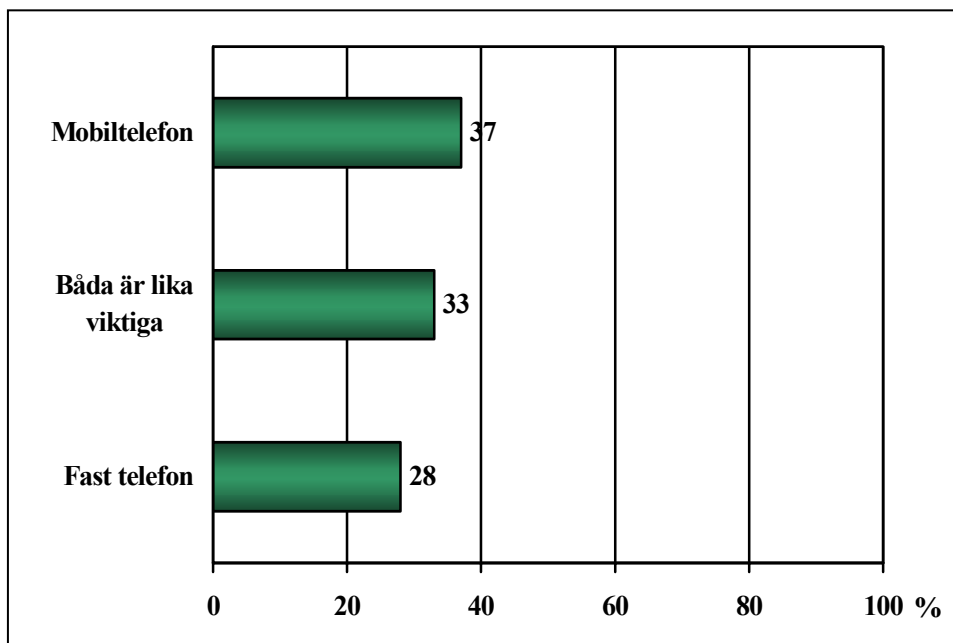
Knappt hälften av dem som använder mobiltelefon för privata samtal tycker att den fasta telefonen är viktigare än mobiltelefonen.

Diagram 45: Vilken mobiltelefon är mest betydelsefull för dig, din mobiltelefon eller din fasta telefon?



I den yngsta åldersgruppen är dock andelen störst som anser att mobiltelefonen är viktigast.

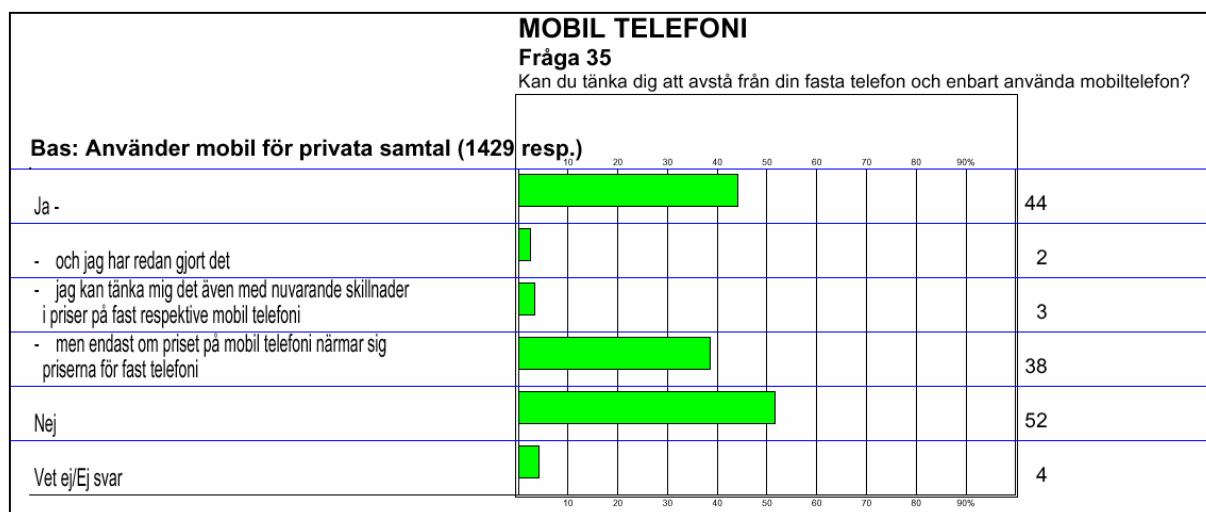
Diagram 46: Vilken mobiltelefon är mest betydelsefull för dig, din mobiltelefon eller din fasta telefon? Svarande mellan 16 och 30 år.



Även män, storstadsbor, de med högre hushållsinkomster och egna företagare anser i större utsträckning att mobilen är viktigare.

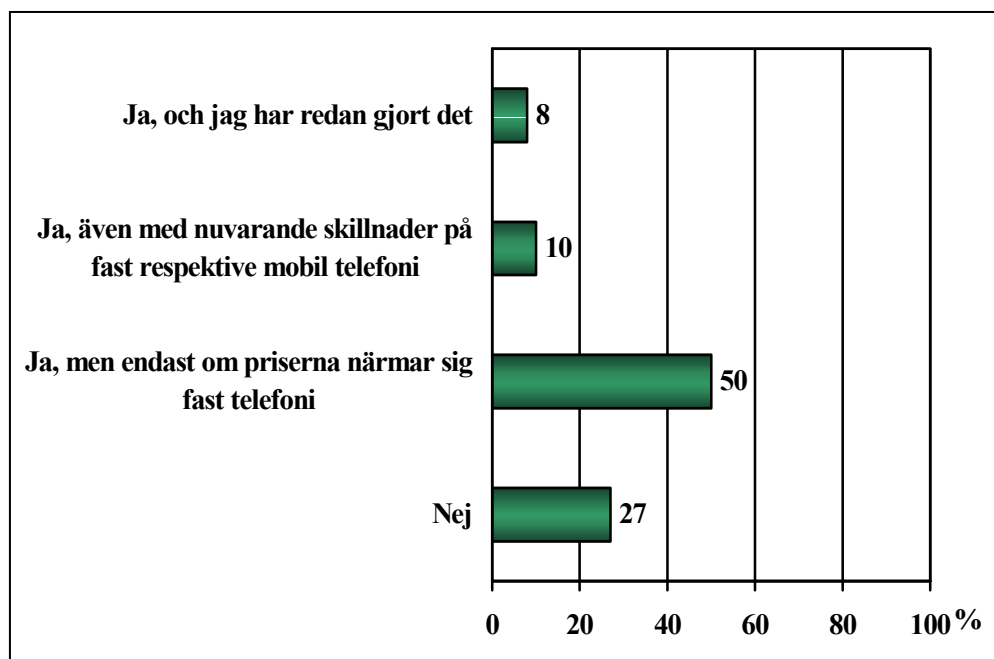
Endast drygt hälften av dem som använder mobiltelefon för privata samtal uppger att de inte kan tänka sig att avstå från sin fasta telefon. Drygt fyra av tio kan tänka sig att gå över till mobiltelefon, men för de flesta av dessa gäller det endast om priset på mobil telefoni närmar sig priserna för fast telefoni.

Diagram 47: Kan du tänka dig att avstå från din fasta telefon och endast använda mobiltelefon?



Bland dem som bor i hushåll med endast yngre medlemmar (16-25 år) är stödet för mobiltelefonen massivt. Hela 8 procent uppger att de har avstått från den fasta telefonen. Två av tre totalt kan tänka sig att avstå från fast telefon.

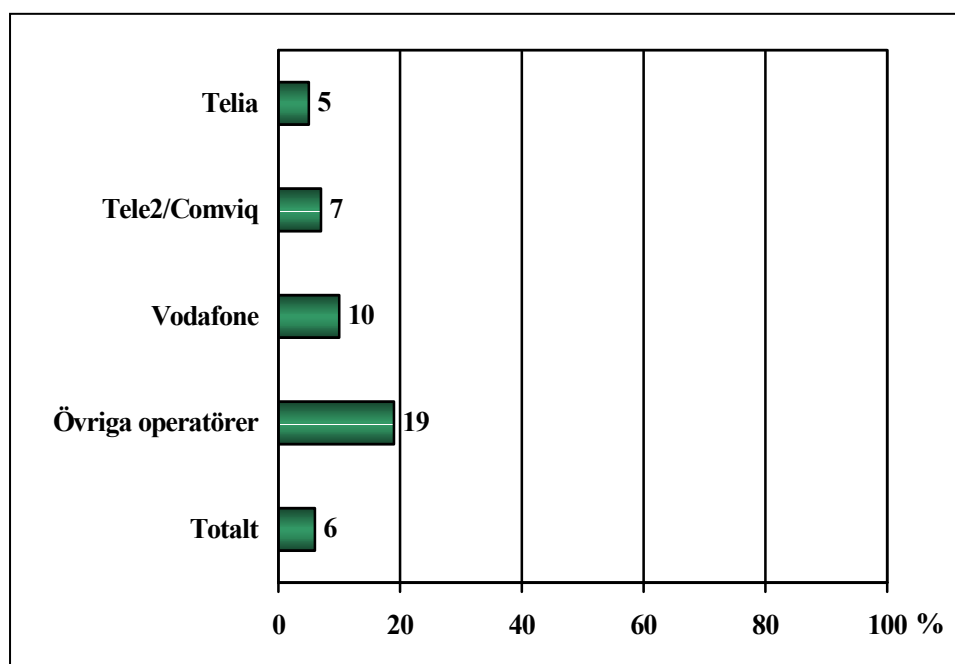
Diagram 48: Kan du tänka dig att avstå från din fasta telefon och endast använda mobiltelefon? Hushåll med endast medlemmar mellan 16 och 25 år.



Byte av mobiloperatör

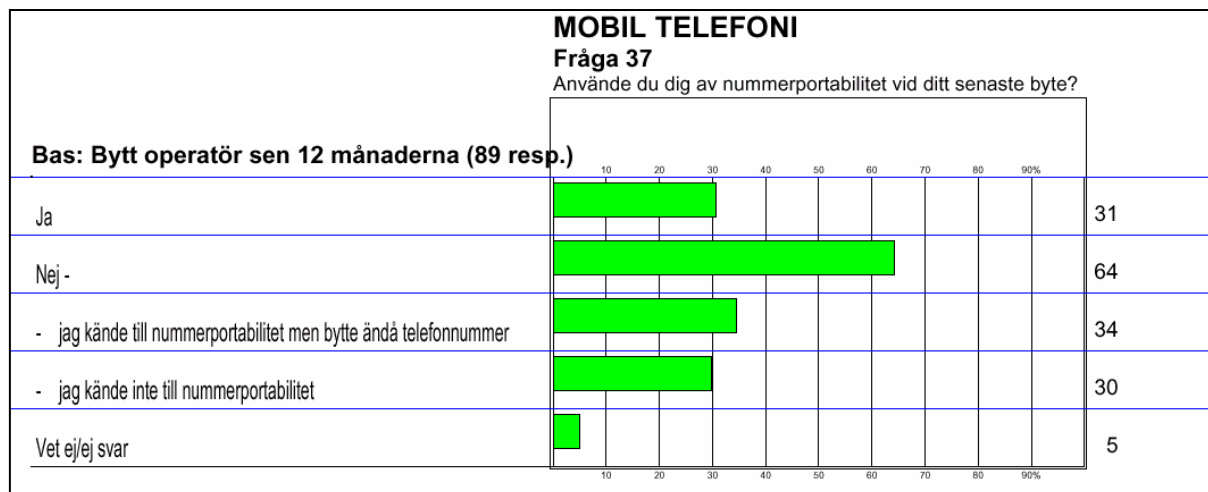
Endast sex procent av dem som använder mobiltelefon för privata samtal har bytt operatör under de senaste tolv månaderna. Det är vanligare bland de yngsta (16-30 år). Det är också vanligare bland dem som nu har Vodafone eller ”övriga” som operatör.

Diagram 49: Bytt mobiloperatör efter nuvarande mobiloperatör.



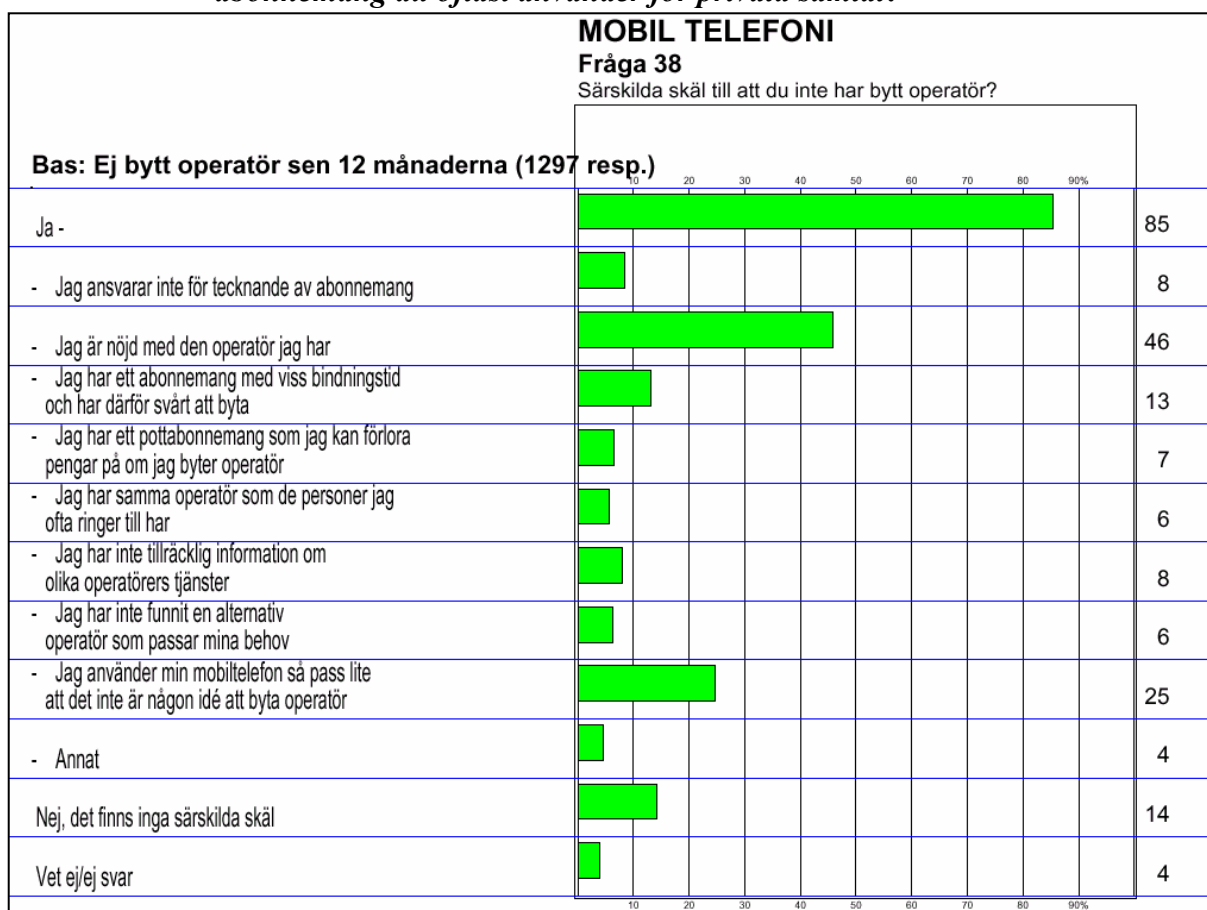
Av dem som har bytt operatör har en minoritet, tre av tio, använt sig av nummerportabilitet, dvs möjligheten att behålla sitt telefonnummer vid byte av operatör. Av dem som inte gjort det framgår att hälften inte kände till nummerportabiliteten.

Diagram 50: Använde du dig av nummerportabilitet vid ditt senaste byte av mobiloperatör?



Av dem som inte bytt operatör uppger hälften att skälet är att man är nöjd med den operatör man har. En av fyra använder telefonen så lite att de inte anser att det är någon idé att byta operatör.

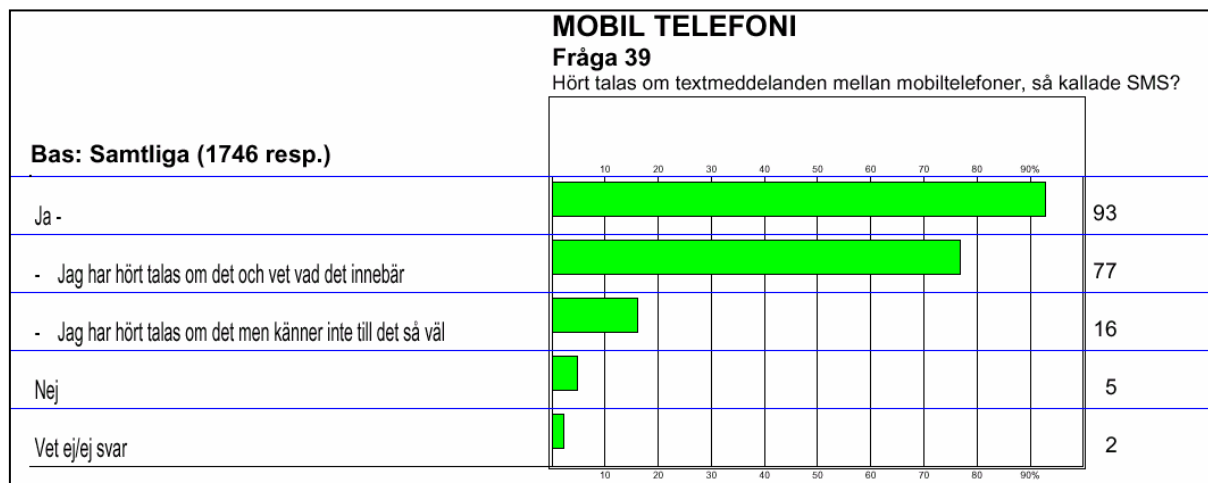
Diagram 51: Finns det några särskilda skäl till att du inte har bytt operatör för det mobilabonnemang du oftast använder för privata samtal?



SMS

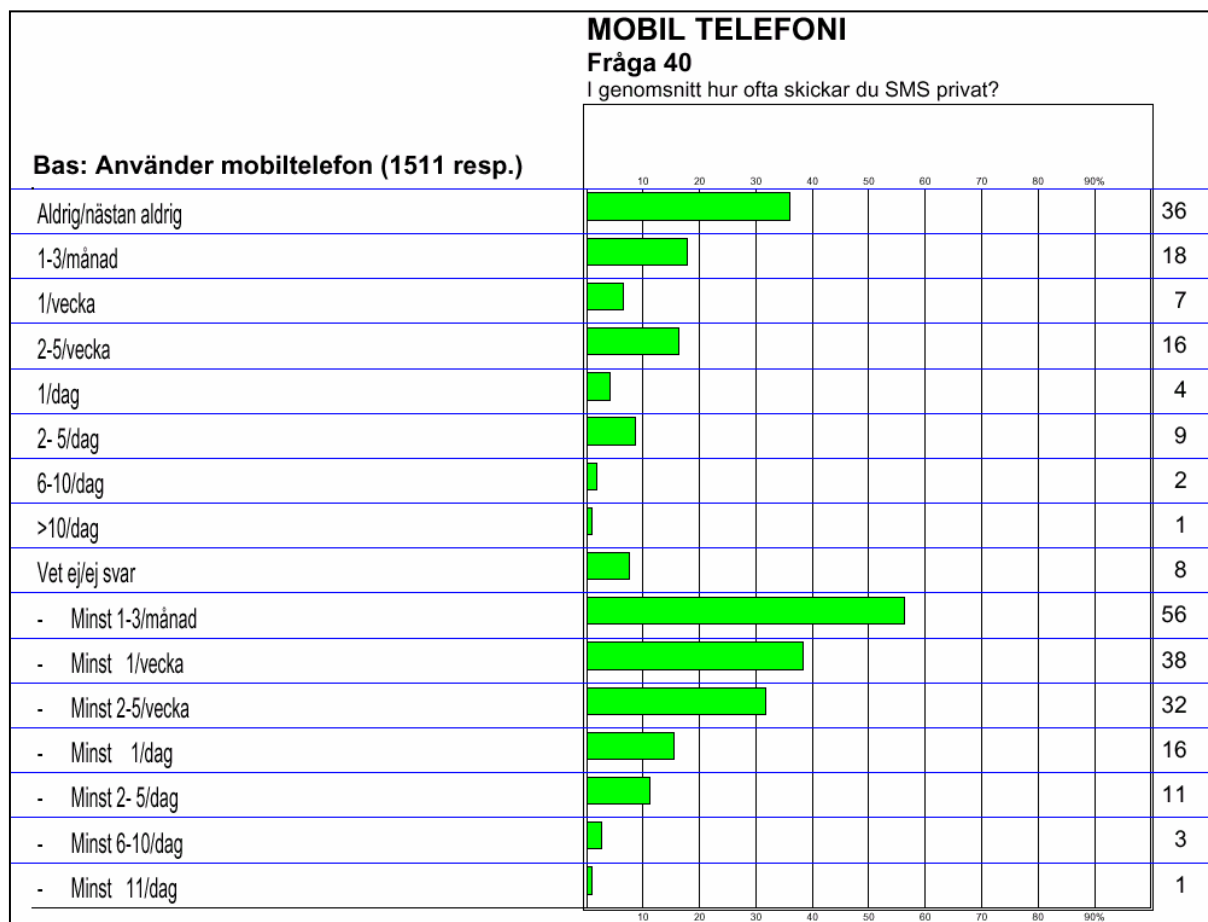
Alla i undersökningen fick en fråga om de sett läst eller hört talas om att det är möjligt att skicka textmeddelanden mellan mobiltelefoner, så kallade SMS. En majoritet uppger att de känner till detta. Endast 5 procent svarar nej.

Diagram 52: Har du sett, läst eller hört talas om att det är möjligt att skicka textmeddelanden mellan mobiltelefoner, så kallade SMS?

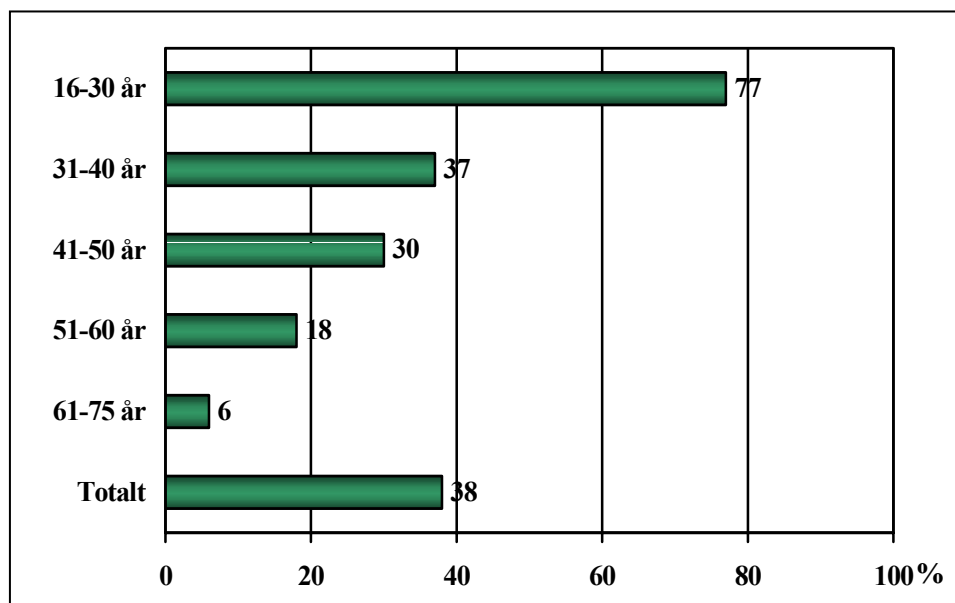


Kännedomen om SMS är lägre bland äldre, grundskoleutbildade och dem med lägre hushållsinkomster.

Av dem som använder mobiltelefon för privata samtal utnyttjas tjänsten av nästan två av tre. Cirka 15 procent använder tjänsten minst en gång om dagen.

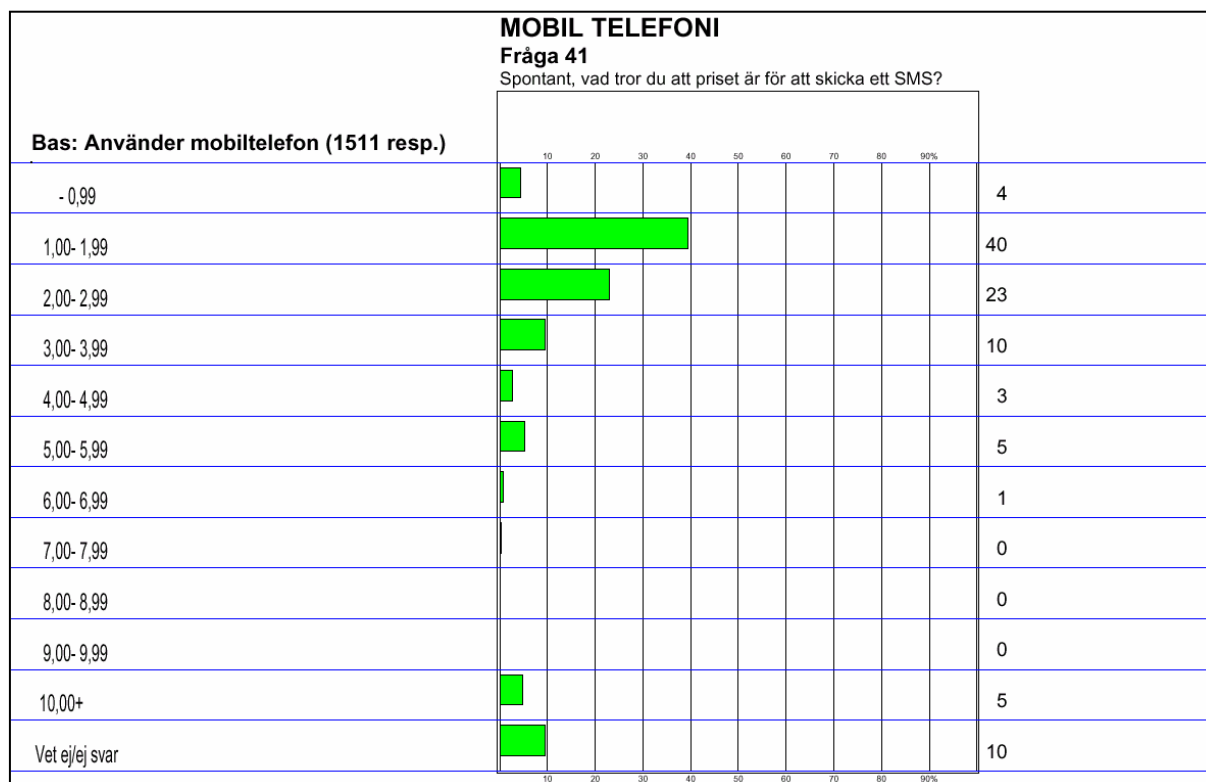
Diagram 53: I genomsnitt hur ofta skickar du SMS privat?

Användandet är betydligt mer utbrett bland de yngsta.

Diagram 54: Andel som skickar SMS minst en gång per vecka efter ålder.

De som har Telia som mobiloperatör skickar SMS mer sällan än de som har andra operatörer. De flesta vet eller gissar att priset på ett SMS är 1-2 kronor.

Diagram 55: Spontant, vad tror du att priset är för att skicka ett textmeddelande (ett SMS)?



Ett lägre pris för att skicka SMS skulle påverka en av tre mobiltelefonanvändare att skicka fler SMS, inte minst de yngre användarna. Denna andel minskar med ökande hushållsinkomst.

Diagram 56: Skulle ett lägre pris för att skicka SMS påverka ditt användande av SMS privat?

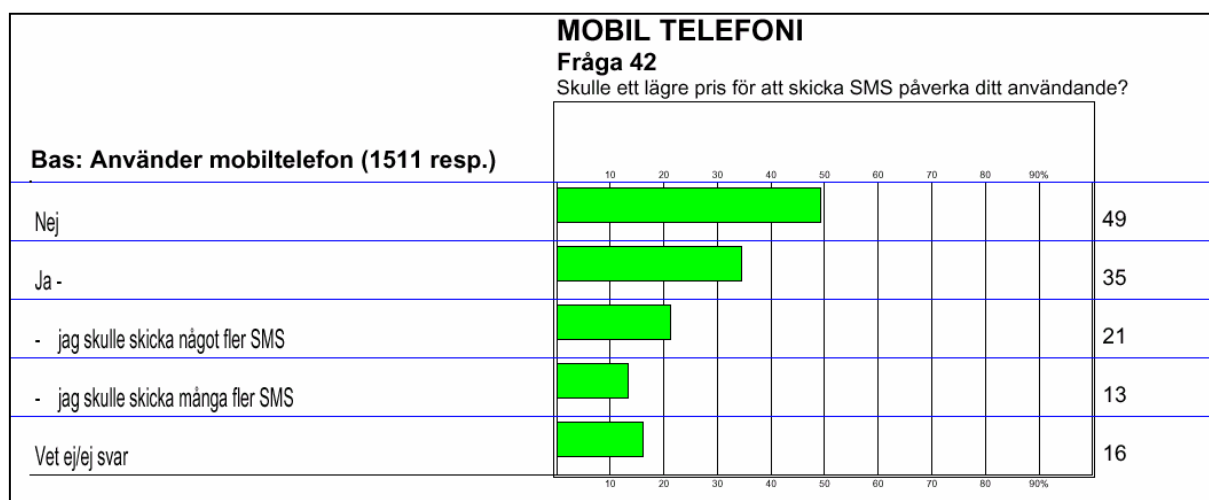
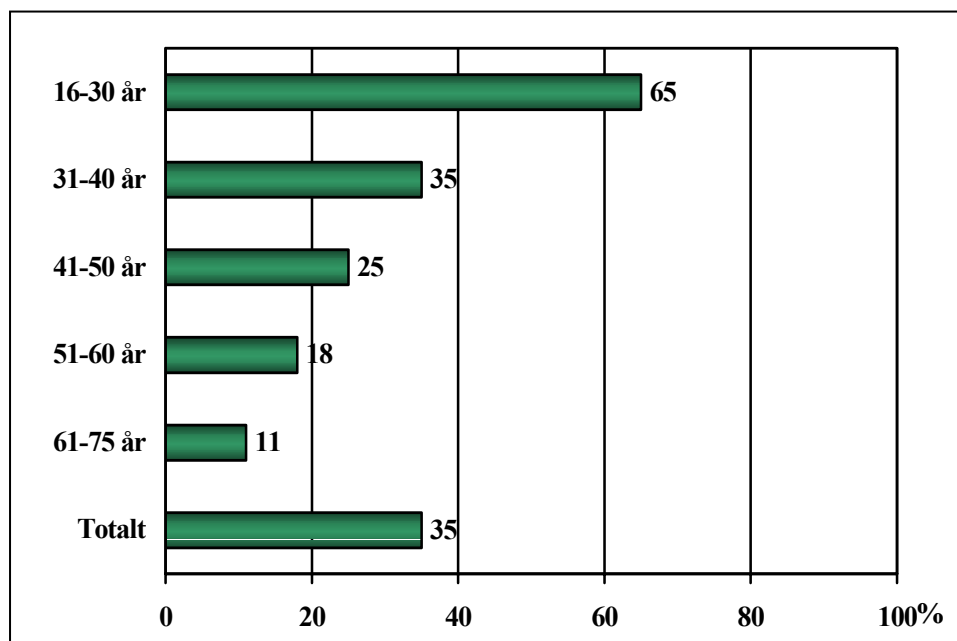
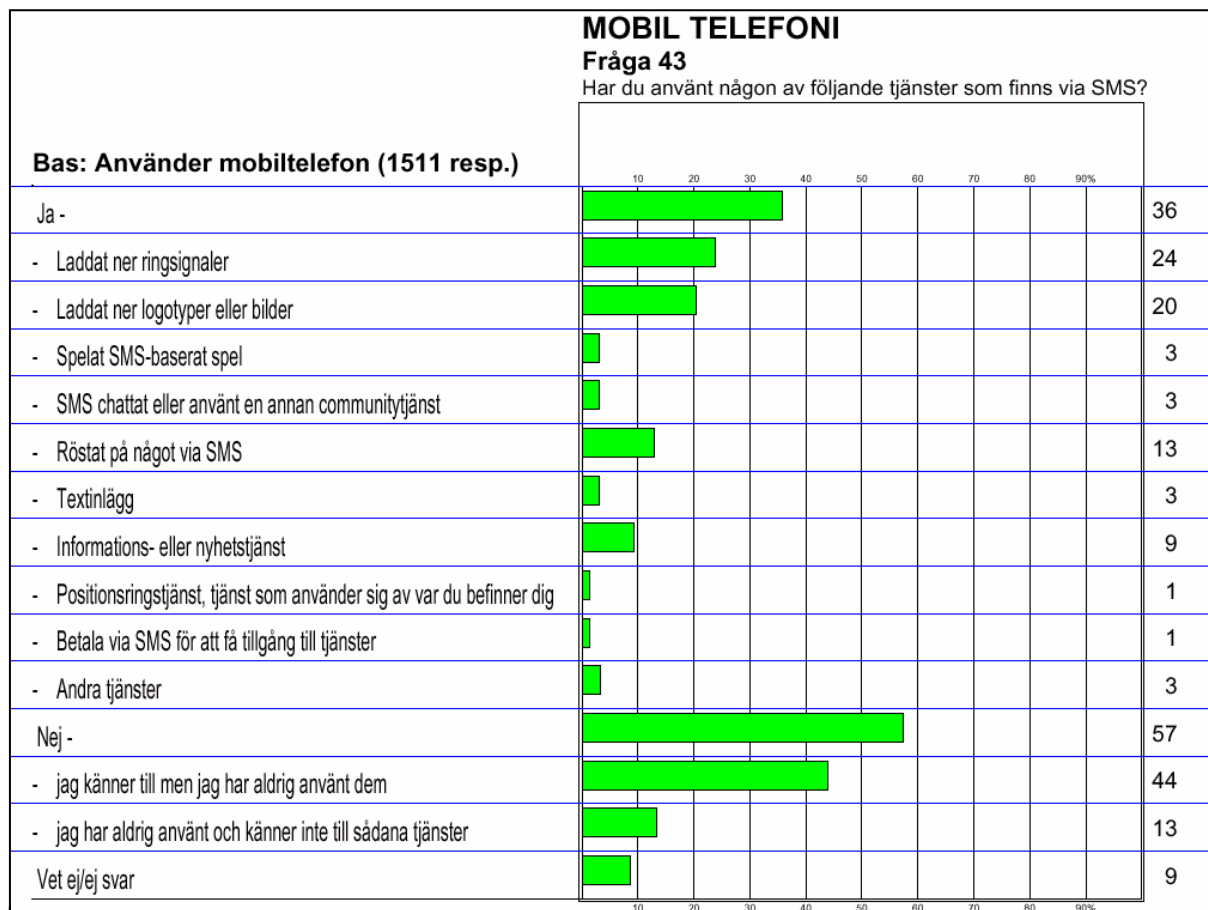


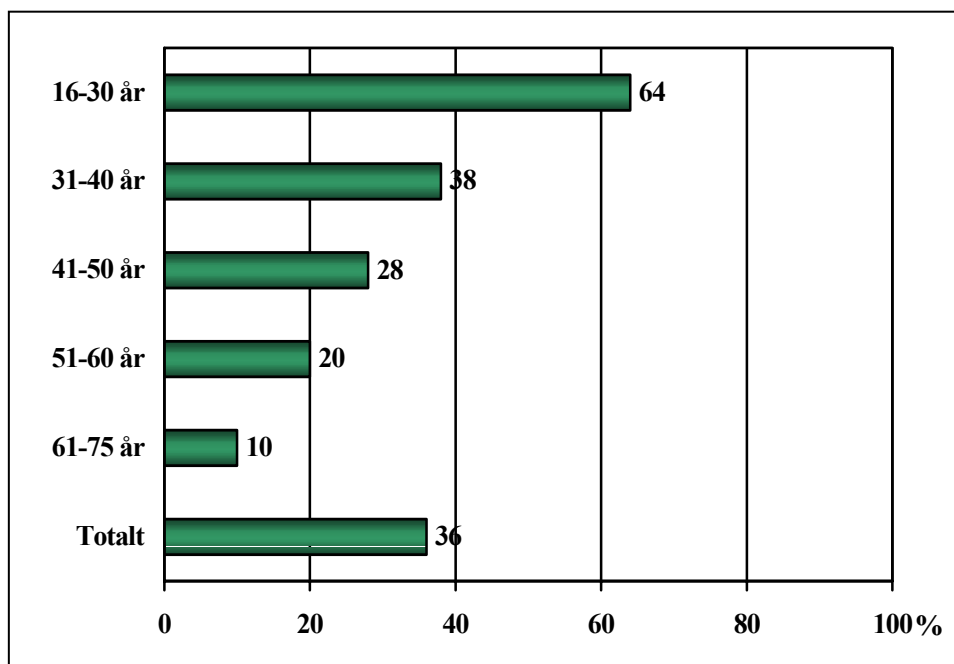
Diagram 57: Andel som skulle skicka fler SMS vid ett lägre pris efter ålder.

De innehållstjänster som finns tillgängliga via SMS har använts av drygt en av tre mobiltelefonanvändare. Det är främst att ladda ner ringsignaler respektive logotyper/bilder som används.

Diagram 58: Har du använt någon eller några av följande innehållstjänster som finns tillgängliga via SMS?

Användandet ökar med ålder.

Diagram 59: *Andel som har använt någon eller några av de innehållstjänster som finns tillgängliga via SMS efter ålder.*

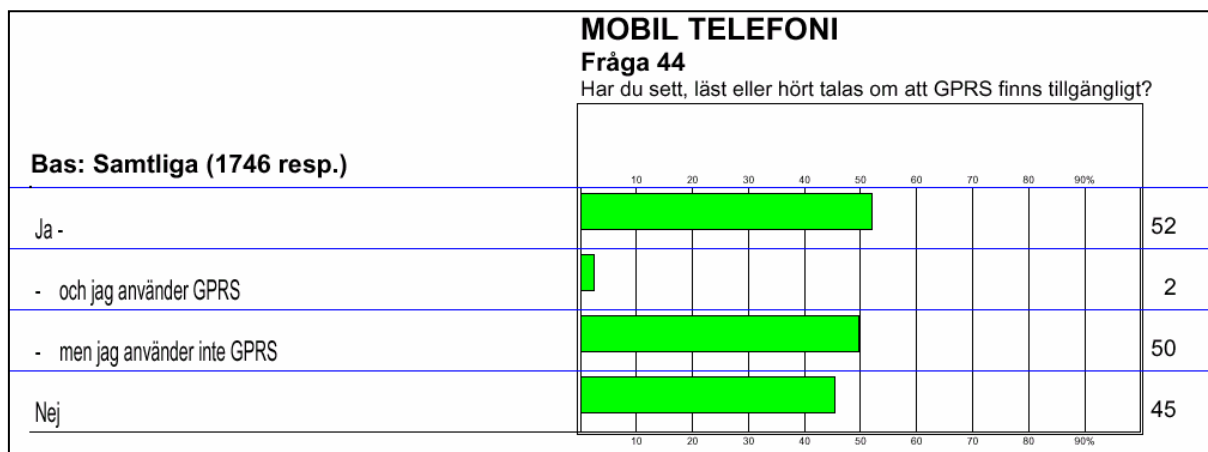


GPRS

Drygt hälften av samtliga i undersökningen har sett, läst eller hört talas om GPRS.

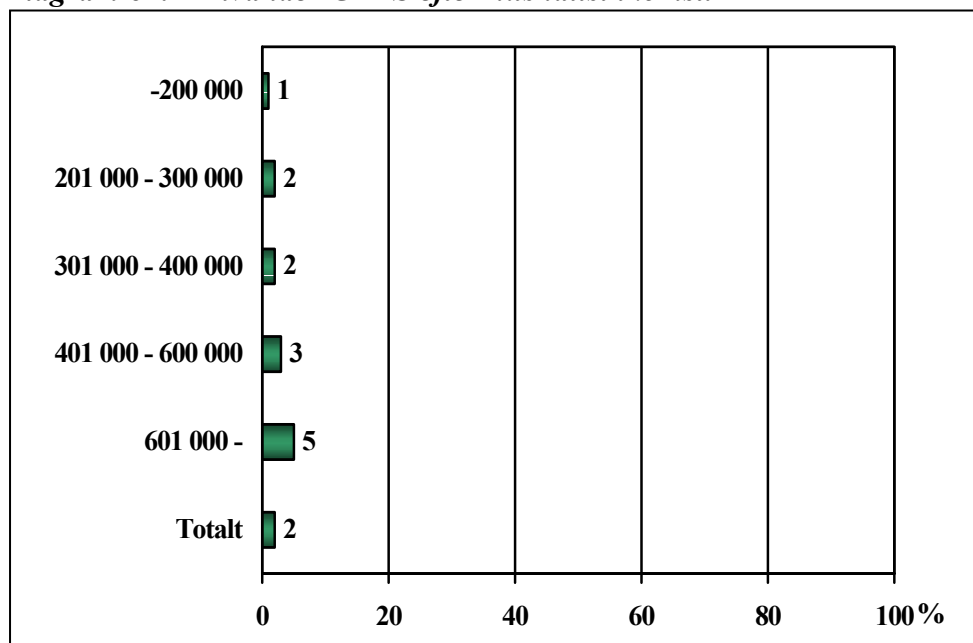
Endast två procent uppger dock att de använder GPRS.

Diagram 60: Mobiloperatörerna använder idag en teknik som heter GPRS. Med GPRS är man ständigt uppkopplad och får en högre överföringshastighet för data. Användaren har möjlighet att exempelvis skicka och ta emot e-post och bilder, boka biljetter och surfa på Internet. Har du sett, läst eller hört talas om att GPRS finns tillgängligt?



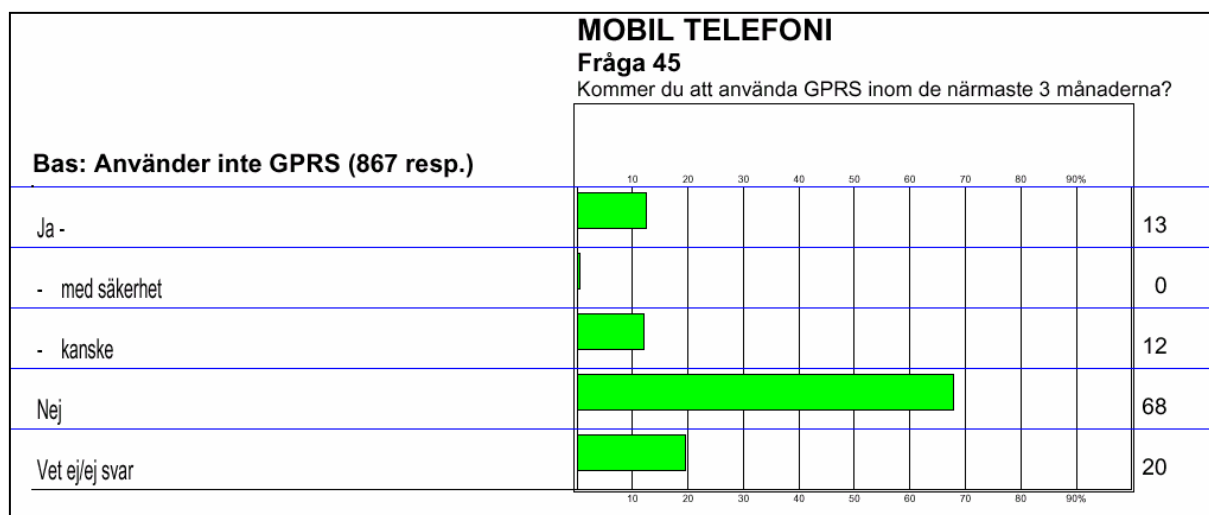
Kännedomen om GPRS är mer utbredd bland män, yngre, storstadsbor, 2:a generationens invandrare, högskoleutbildade och de med högre hushållsinkomster. Mest känt och utbrett är användandet av GPRS bland dem som får abonnemanget betalt av någon annan än hushållet.

Diagram 61: Använder GPRS efter hushållsinkomst.



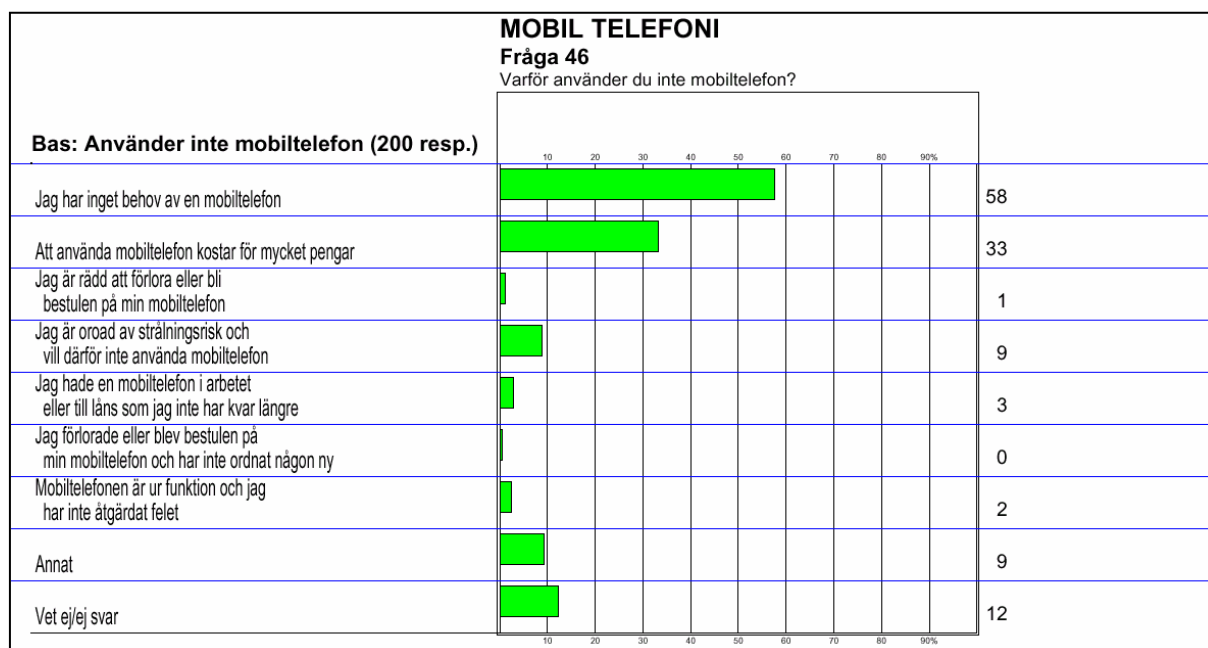
Av dem som inte använder GPRS uppger drygt en av tio att de säkert eller kanske kommer att använda GPRS inom de närmaste tre månaderna. Andelen är större än genomsnittet bland höginkomsttagare och yngre samt bland dem som har sitt abonnemang betalt av någon annan än hushållet.

Diagram 62: Kommer du att använda GPRS inom de närmaste tre månaderna?

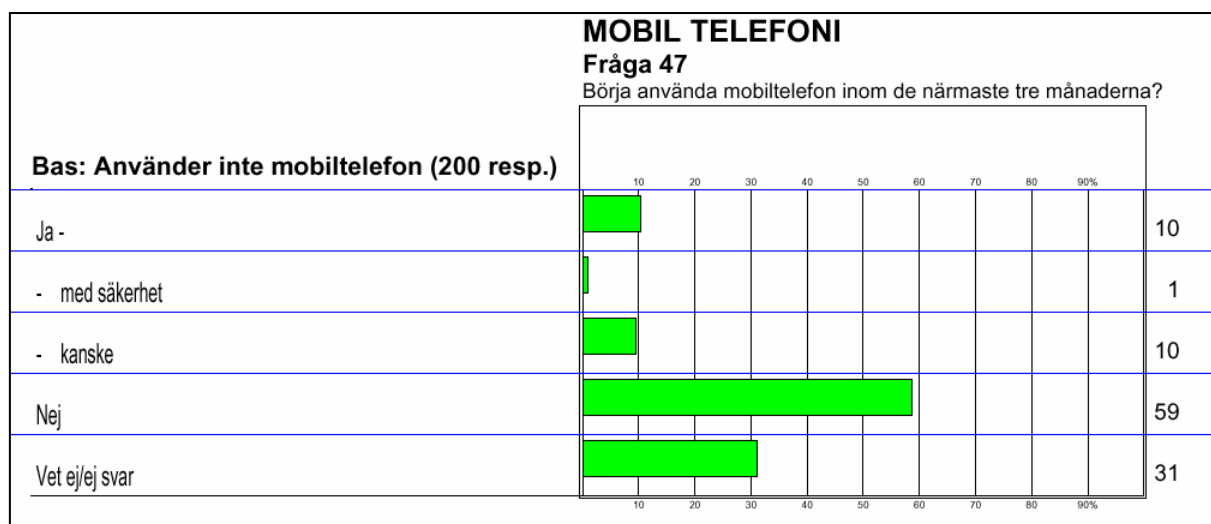


Varför använder man inte mobiltelefon?

Bland dem som inte använder mobiltelefon, totalt 200 i undersökningen, uppger sex av tio att skälet är att de inte har något behov av mobiltelefon eller att de är rädda att förlora eller bli bestulen på telefonen. Ett annat vanligt skäl är att det kostar för mycket att använda mobiltelefon.

Diagram 63: Varför använder du inte mobiltelefon?

Tio procent uppger att de kanske eller säkert kommer att börja använda mobiltelefon inom de närmaste tre månaderna.

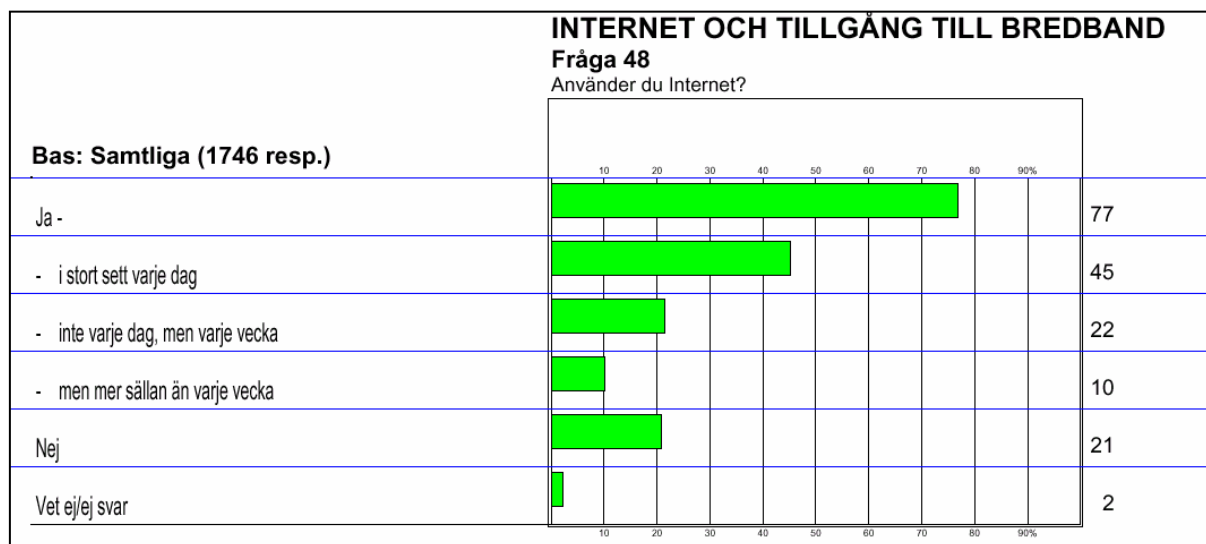
Diagram 64: Kommer du att börja använda mobiltelefon inom de närmaste tre månaderna?

INTERNET

Internetanvändning

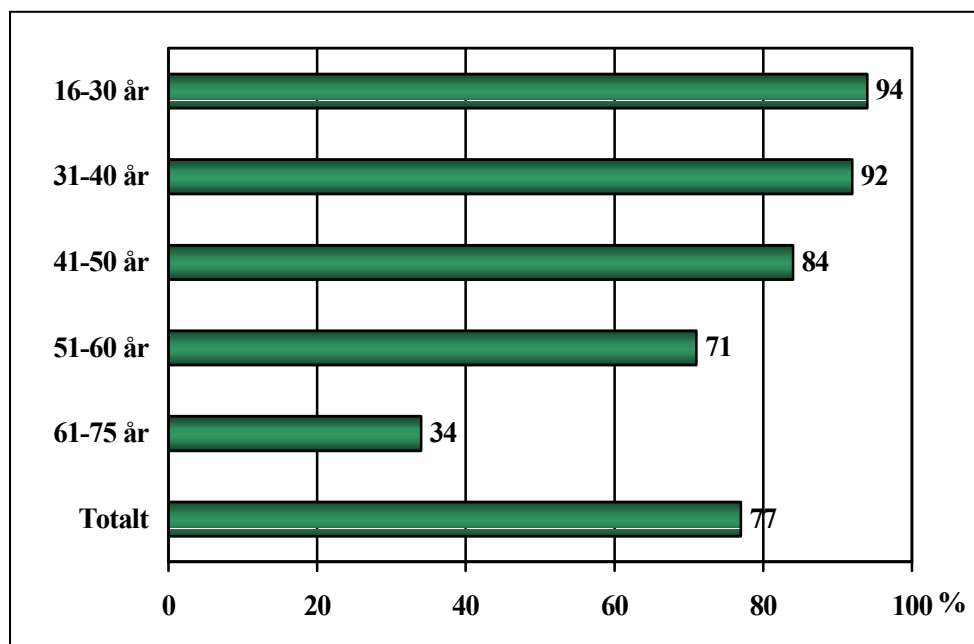
En stor andel, 77 procent, uppger att de använder Internet, en majoritet av dessa i stort sett varje dag.

Diagram 65: Använder du Internet? (Räkna användning både privat och i arbetet.)



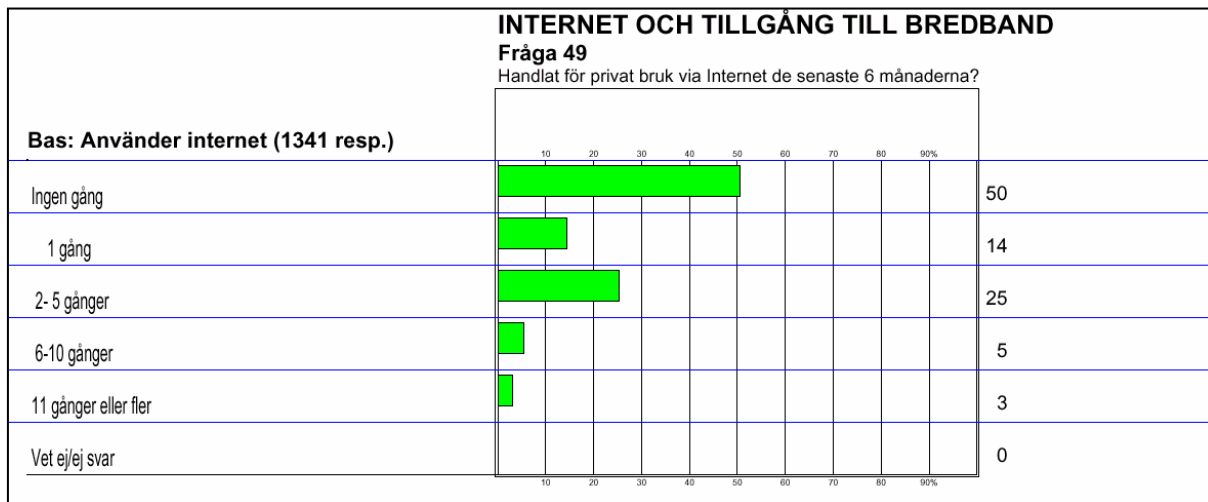
Andelen är större än genomsnittet bland män, yngre, storstadsbor och bland dem med högre utbildning respektive hushållsinkomst.

Diagram 66: Andel som använder Internet efter ålder.



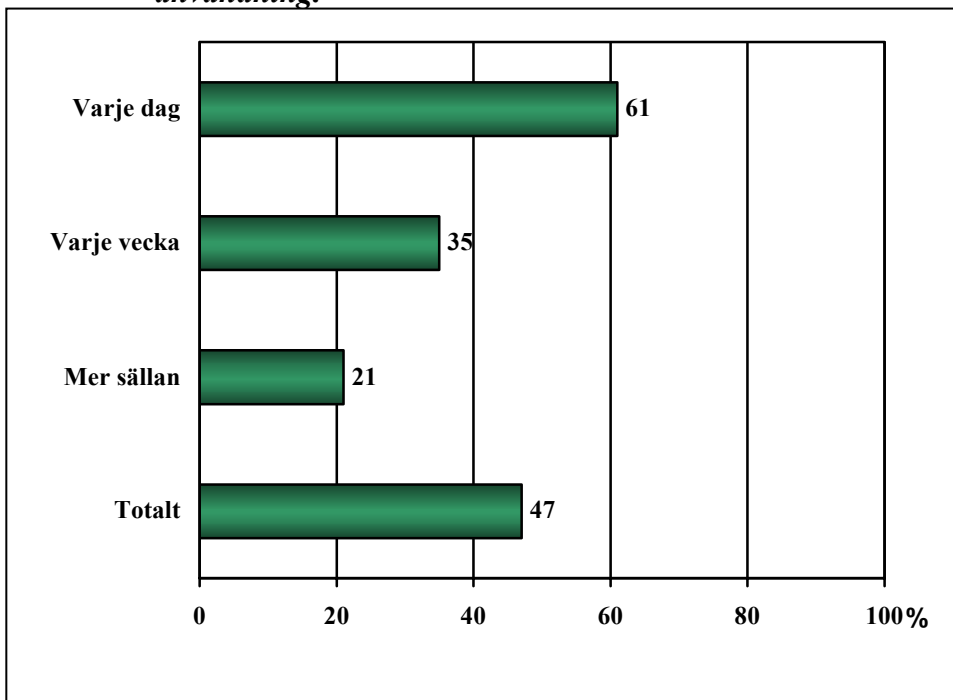
Av dem som använder Internet uppger knappt hälften att de handlat varor eller tjänster för privat bruk via Internet under de senaste 6 månaderna.

Diagram 67: Har många gånger har du handlat varor eller tjänster för privat bruk via Internet under de senaste 6 månaderna.



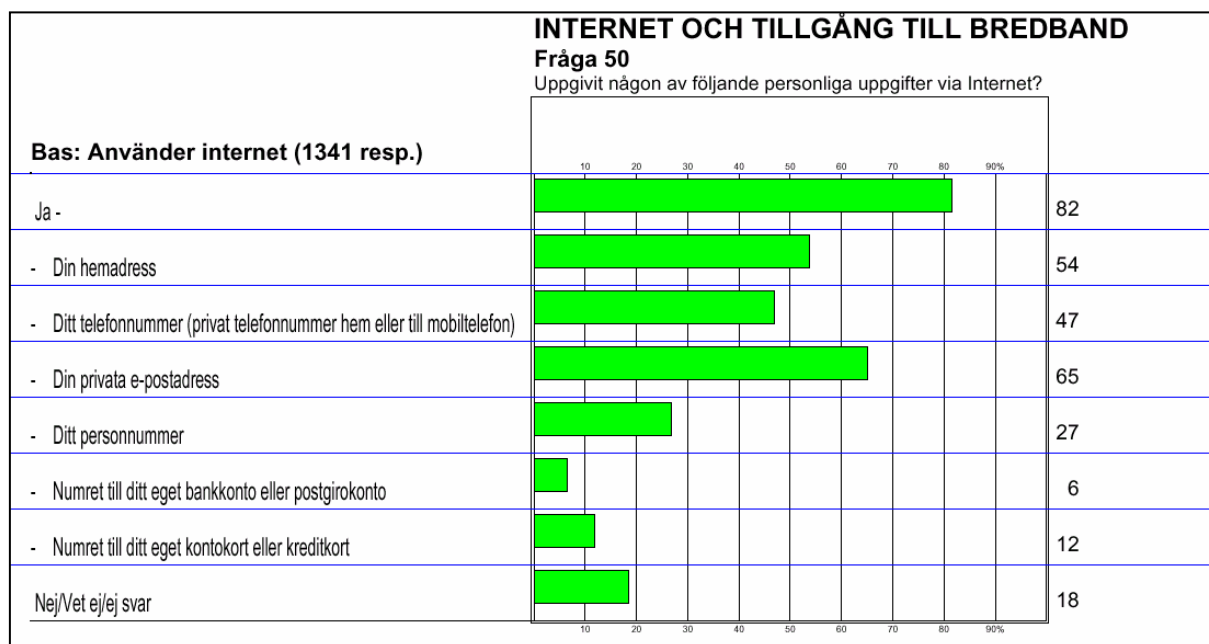
De som handlar via Internet oftare än genomsnittet är män, yngre, de med högre utbildning och de som använder Internet ofta.

Diagram 68: Andel som handlat via Internet de senaste 6 månaderna efter Internet-användning.



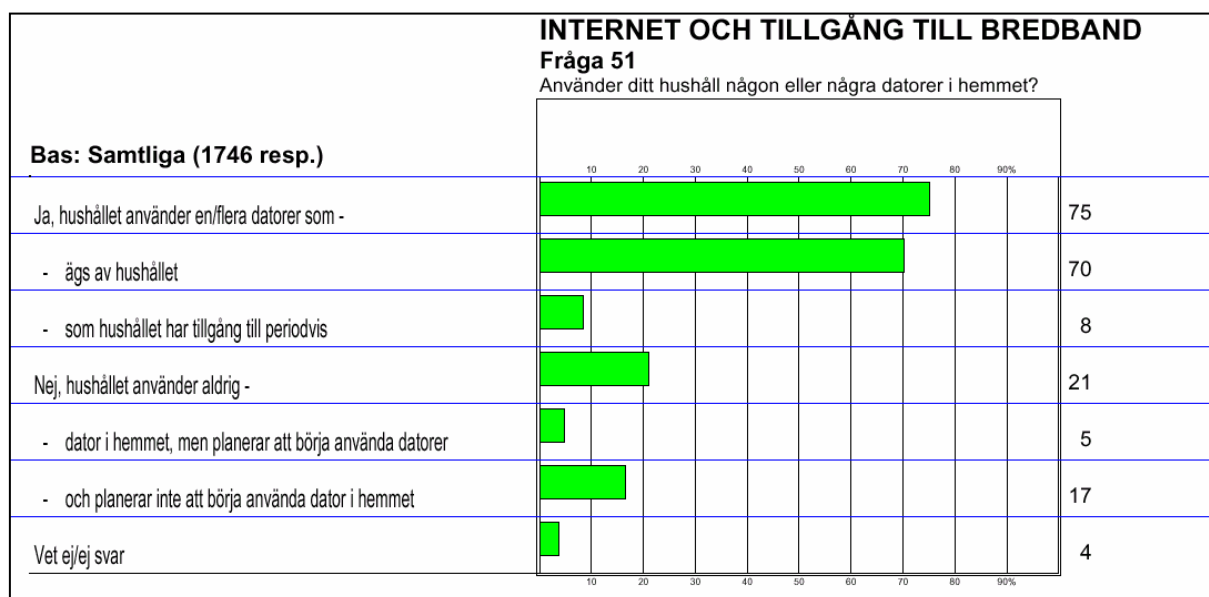
Drygt 8 av 10 användare uppger att de någon gång under de senaste 6 månaderna uppgivit en eller flera personliga uppgifter via Internet. Det vanligaste att man lämnar ut är en privat e-postadress eller hemadress.

Diagram 69: Har du under de senaste 6 månaderna någon gång uppgivit någon av följande personliga uppgifter via Internet (t ex på en webbplats eller i e-post)?

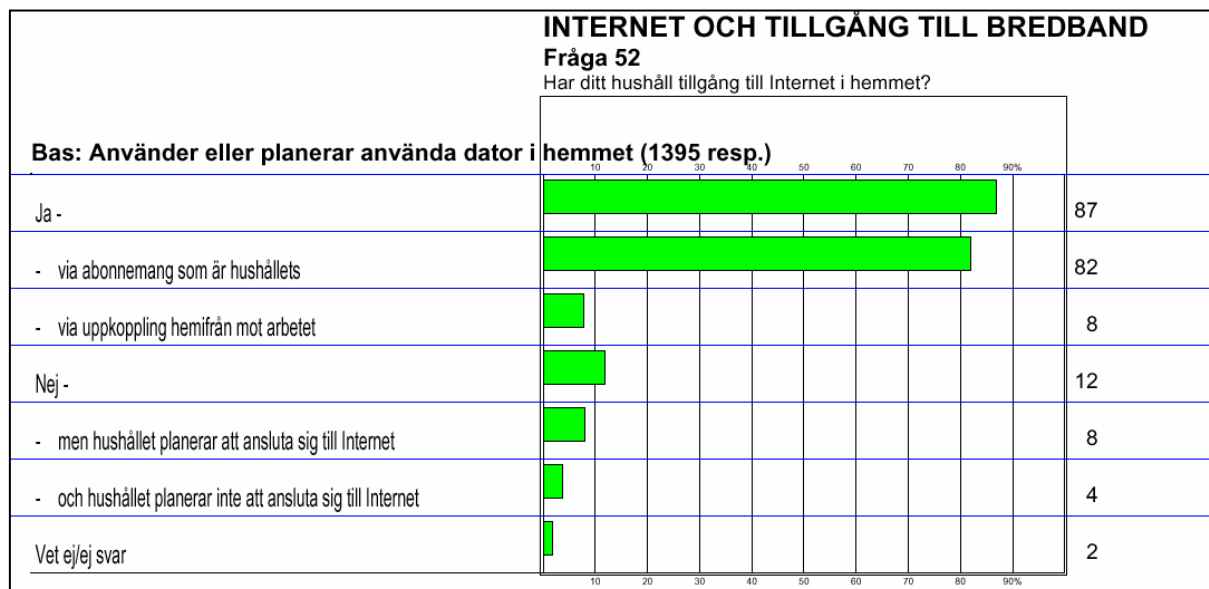


Datorer och Internet i hemmet

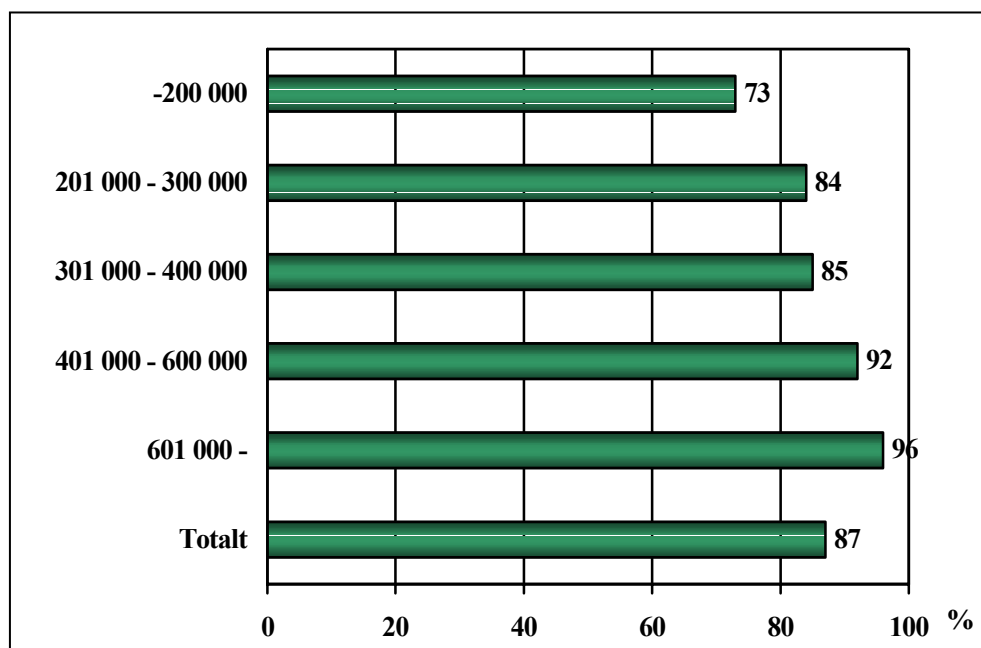
Tre av fyra uppger att hushållet använder någon eller några datorer i hemmet. De flesta ägs av hushållet, men knappt 10 procent uppger att de har tillgång till dator i hemmet periodvis. Det är också cirka 5 procent som planerar att börja använda datorer i hemmet. Av dem som bor i hushåll med endast äldre medlemmar (över 60 år) är andelen med tillgång till dator i hemmet endast en av tre.

Diagram 70: Använder ditt hushåll någon eller några datorer i hemmet?

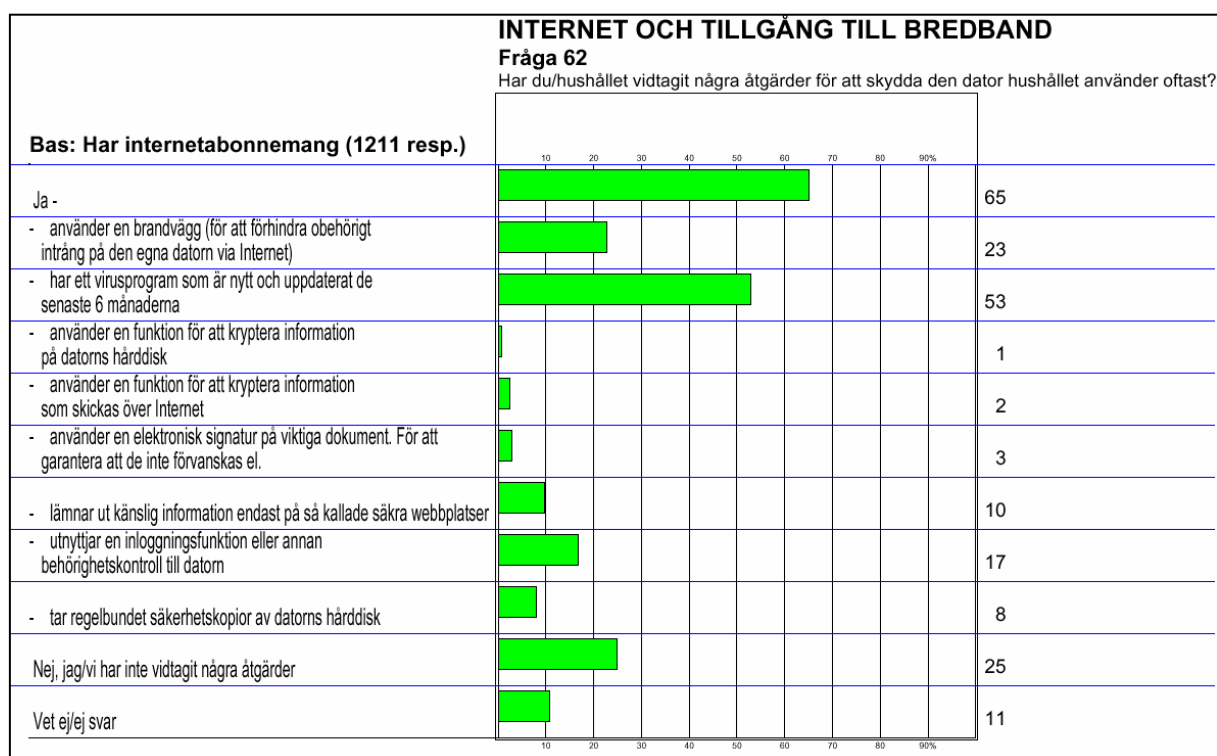
Nästan 9 av 10 av dem som använder datorer i hemmet/planerar för detta har tillgång till Internet i hemmet, de allra flesta via abonnemang som är hushållets. Nästan 1 av 10 planerar att ansluta sig till Internet.

Diagram 71: Har ditt hushåll tillgång till Internet i hemmet?

Andelen med tillgång till Internet i hemmet ökar med hushållsinkomst.

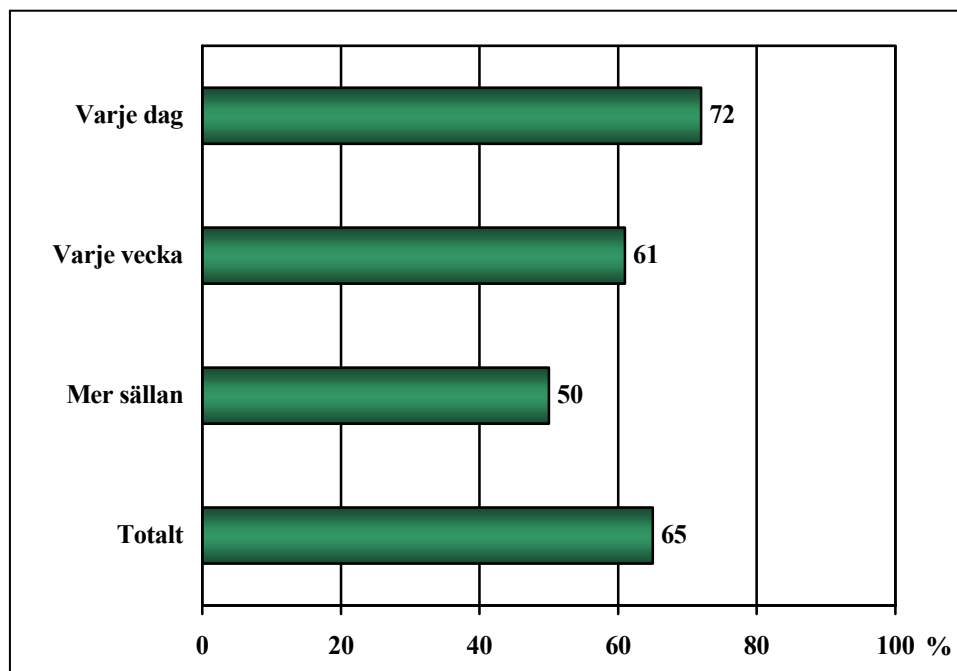
Diagram 72: Andel med tillgång till Internet i hemmet efter hushållsinkomst.

Bland dem som har ett Internetabonnemang har nästan två av tre vidtagit någon form av åtgärd för att skydda den dator hushållet använder oftast. Vanligast är virusprogram och där efter brandvägg.

Diagram 73: Har du/hushållet vidtagit några åtgärder för att skydda den dator hushållet använder oftast?

Det är vanligare att skydda sin dator bland dem som använder Internet ofta.

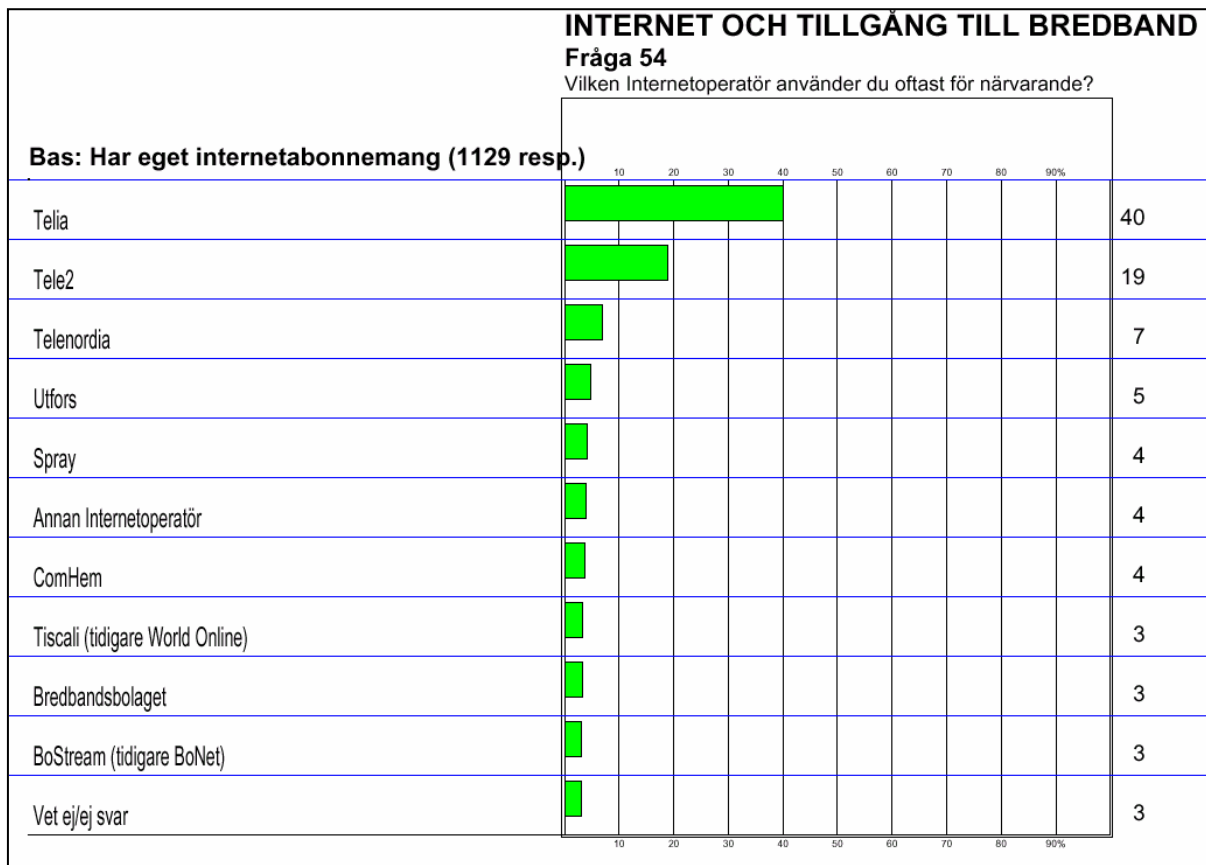
Diagram 74: Andel som skyddar sin dator efter hur ofta man använder Internet.



Internetoperatör

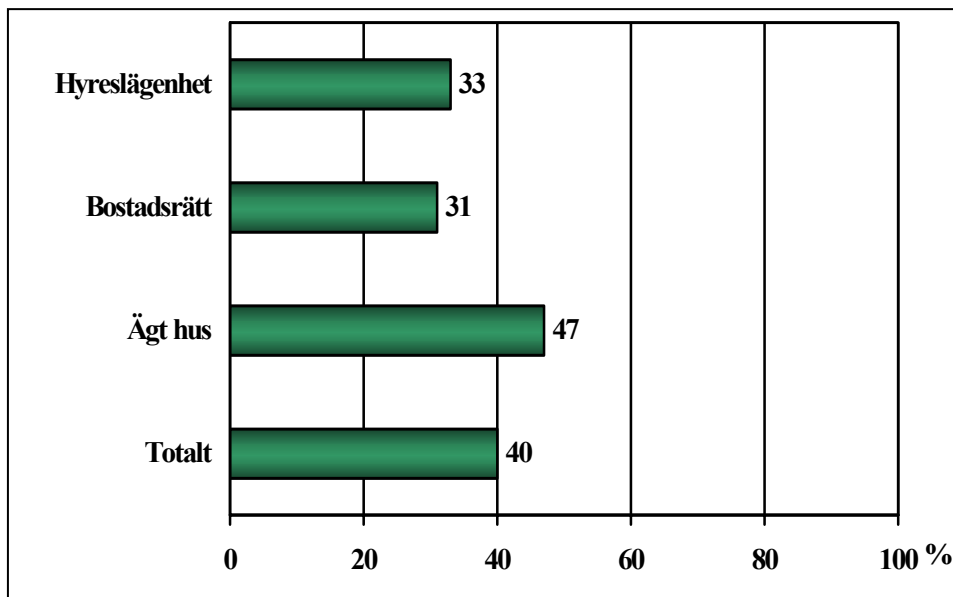
De flesta som har ett eget Internetabonnemang som hushållet betalar har endast ett abonnemang (89 procent). De vanligaste operatörerna är Telia, Tele2 och Telenordia, 65 procent uppger någon av dessa operatörer.

Diagram 75: Vilken Internetoperatör använder du oftast för närvarande?



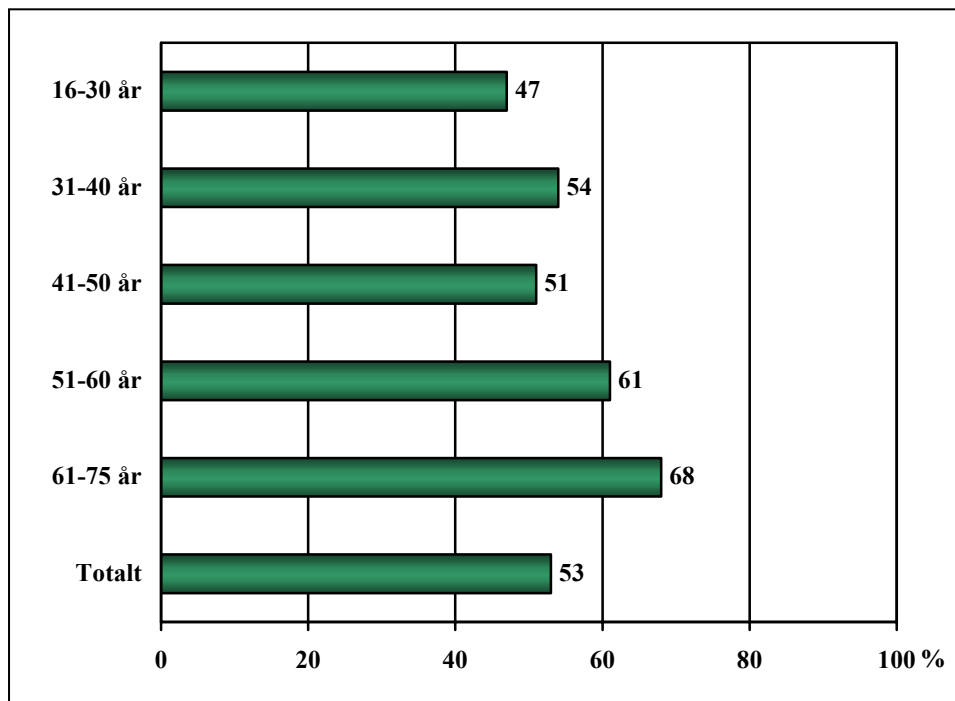
Telia är en vanligare operatör bland män, dem med högre inkomst och eget hus.

Diagram 76: Andel med Telia som Internetoperatör efter bostadstyp.



Endast drygt hälften (54 procent) är nöjda med sin Internetoperatör. Äldre respondenter är oftare nöjda. Vad gäller olika operatörer finns ingen säkerställd skillnad i andelen nöjda.

Diagram 77: Andel som är nöjd med sin Internetoperatör efter ålder.



Intervjupersonerna fick ta ställning till ett antal påståenden om sin huvudsakliga teleoperatör.

De påståenden man oftast instämmer i är ”Välkänd och etablerad på marknaden” och ”Erbjuder en typ av abonnemang som passar mina behov”. Bland respondenter med annan operatör än Telia, Tele2 och Telenordia blir det dock i stor utsträckning andra påståenden man instämmer i.

Tabell 7: Andel som instämmer i påståenden om sin Internetoperatör.

Påstående	Andel som instämmer i %					
	Totalt n=1129	Telia n=453	Tele2 n=214	Tele- nordia n=79	Utfors n=55	Övr opera- törer n=320
Välkänd och etablerad på marknaden	72	89	82	72	42	55
Erbjuder en typ av abonnemang som passar mina behov	52	51	54	42	50	58
Lättläst och överskådlig telefonräkning	51	50	54	47	58	52
Väl fungerande kundtjänst	33	38	32	25	34	30
Låga priser för abonnemang jämfört med andra operatörer	24	11	23	22	42	40
Låga priser för uppkopplingstid jämfört med andra operatörer	20	13	14	11	39	33
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	18	14	16	8	19	27

En analys av vilka aspekter på huvudteleoperatören som har störst betydelse för helhetsomdömet visar att det främst är egenskaperna ”Väl fungerande kundtjänst” och ”Erbjuder en typ av abonnemang som passar just mina behov”.

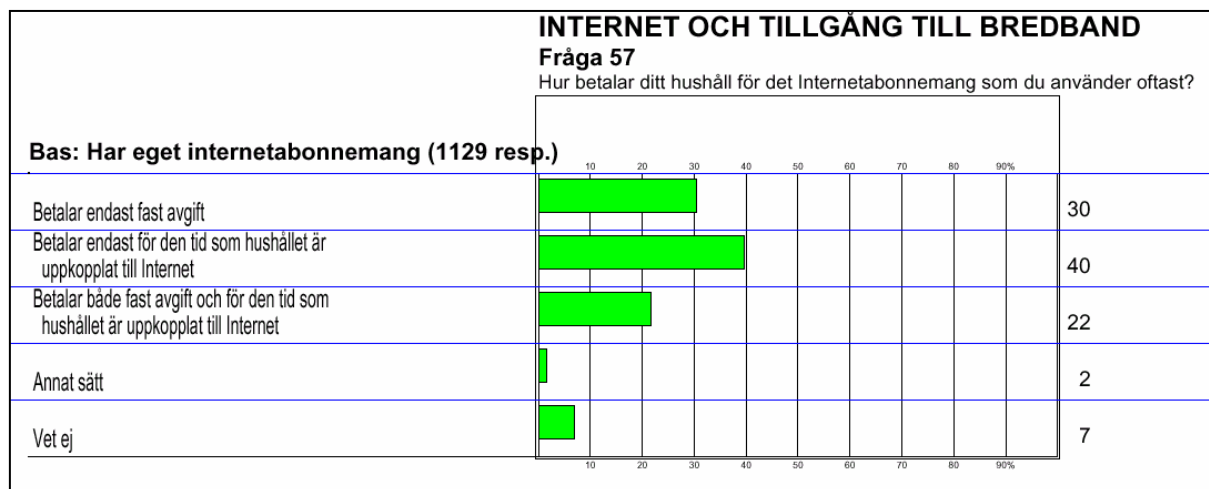
Tabell 8: Olika aspekters samband med helhetsomdöme om Internetoperatör.

Påstående	Samband med helhetsomdöme om operatören
Väl fungerande kundtjänst	0,52
Erbjuder en typ av abonnemang som passar just mina behov	0,51
Låga priser på uppkopplingstid jämfört med andra operatörer	0,46
Låga priser på abonnemang jämfört med andra operatörer	0,44
Lättläst och överskådlig telefonräkning	0,37
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag/vi talat med	0,35
Välkänd och etablerad på marknaden	0,14

Betalningsformer för Internetabonnemang

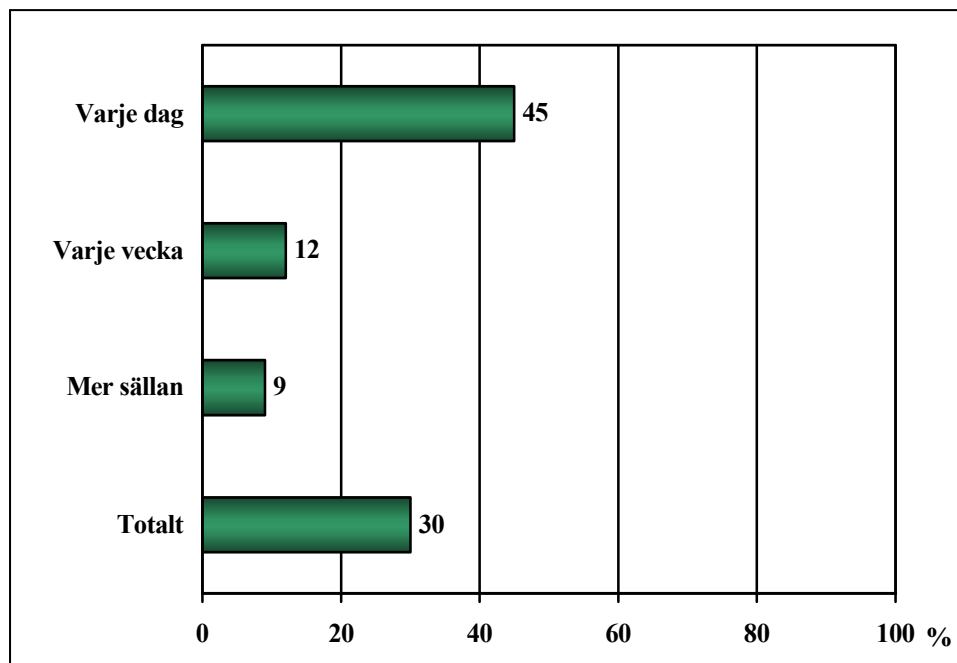
Den vanligaste betalningsformen för Internet är att man endast betalar för den tid man är uppkopplad, följt av endast en fast avgift.

Diagram 78: Hur betalar ditt hushåll för det Internetabonnemang som du använder oftast?



De som använder Internet ofta betalar oftare endast en fast avgift.

Diagram 79: Andel som endast betalar fast avgift efter hur ofta man använder Internet.



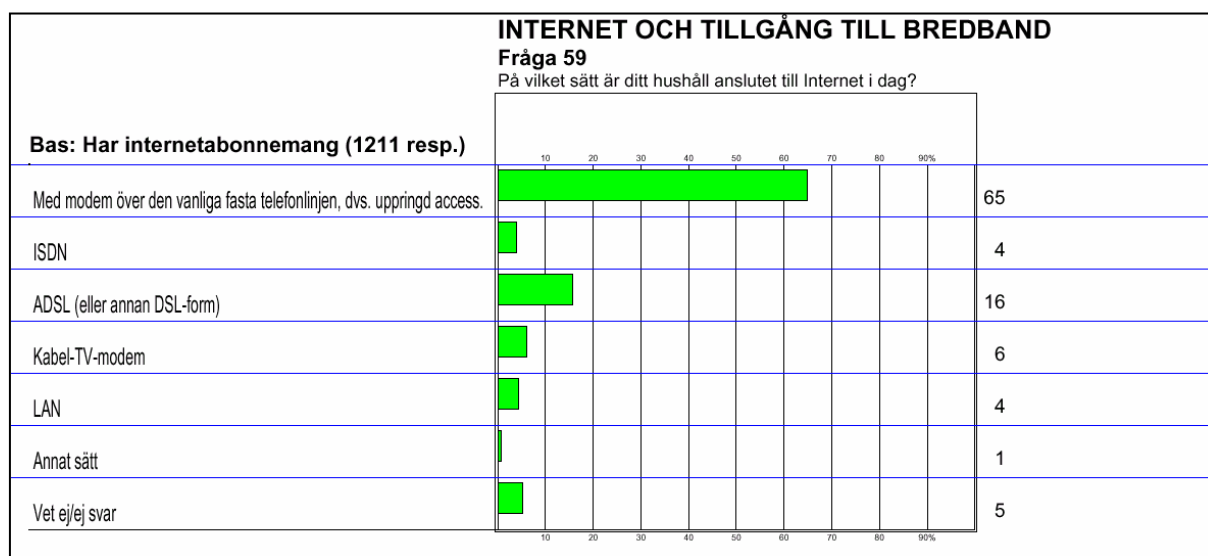
Det är också fler än genomsnittet som betalar en fast avgift bland dem som bor i ungdomshushåll, i storstäder, bland dem som bor i hyreslägenhet eller bostadsrätt, i hushållen med de högsta inkomsterna och bland dem med högre utbildning.

Hälften (53 procent) med eget Internetabonnemang får en specificerad räkning där Internetutgifterna finns angivet separat.

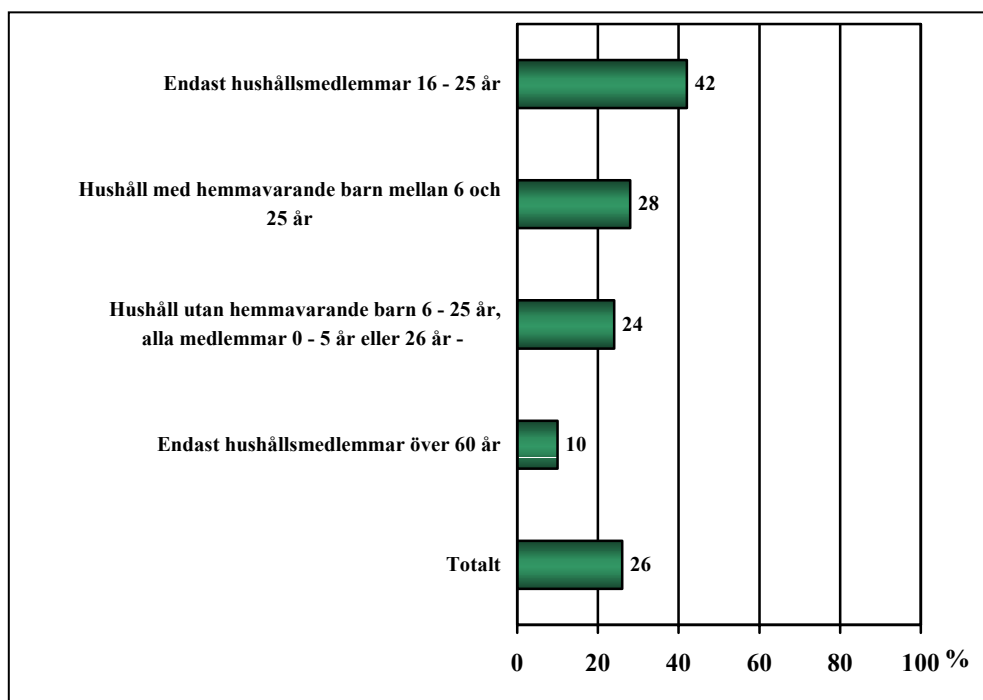
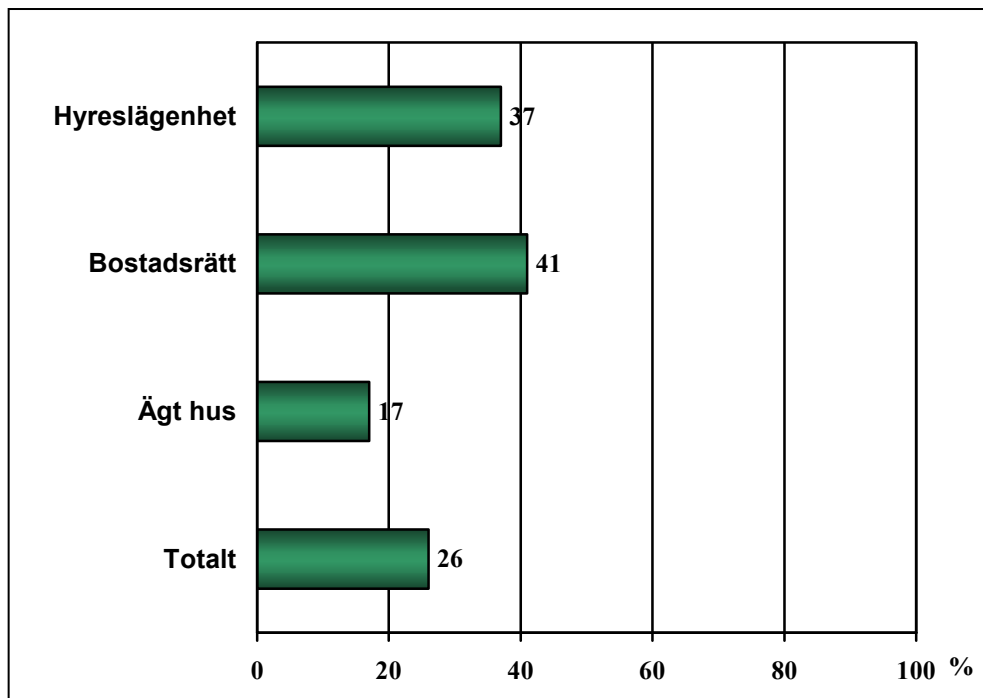
Anslutningsformer

En majoritet har anslutning till Internet med modem över den vanliga, fasta telefonlinjen. Därefter följer ADSL som vanligaste uppkopplingsform.

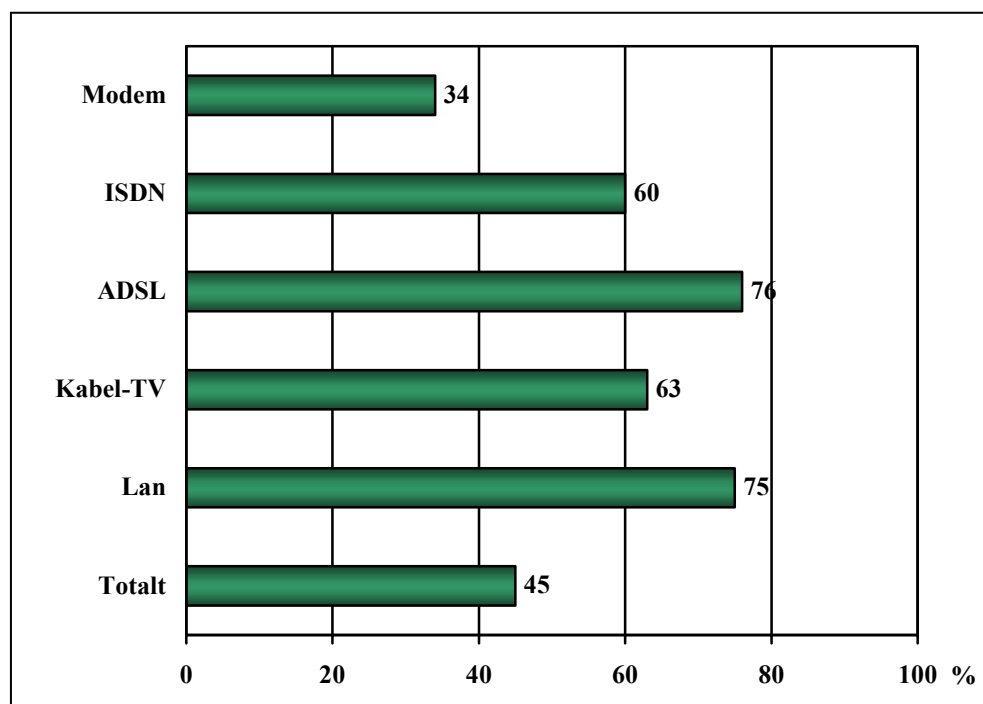
Diagram 80: På vilket sätt är ditt hushåll anslutet till Internet?



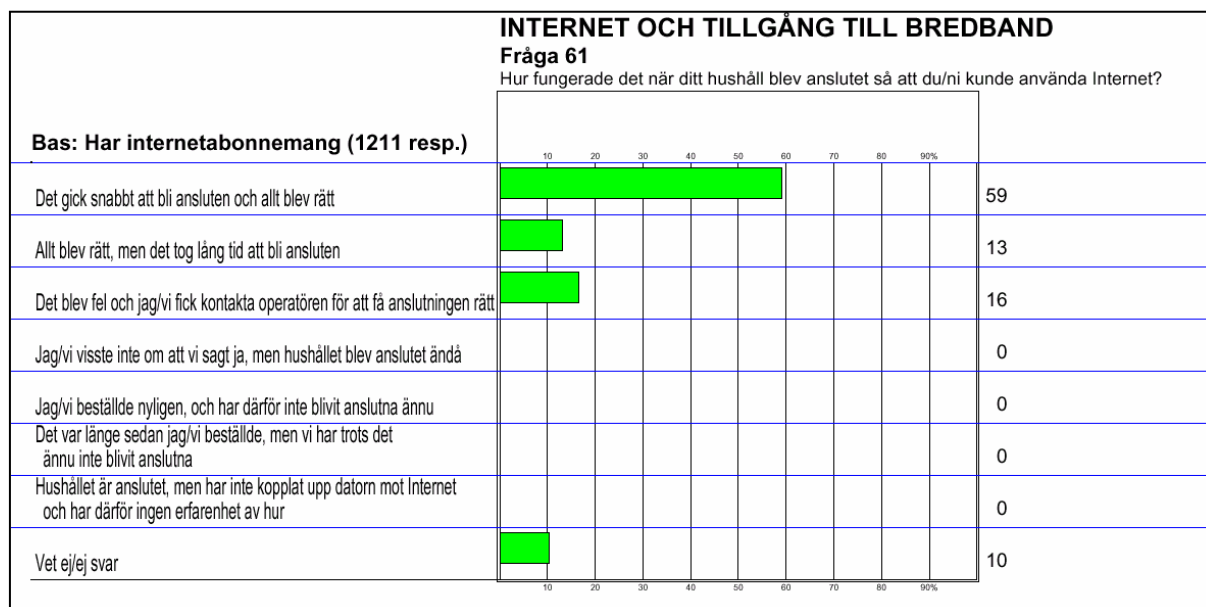
Anslutning via bredband är vanligare bland dem som använder Internet ofta, i storstäder, bland dem som bor i ungdomshushåll, bland dem som bor i hyreslägenhet och bostadsrätt och bland dem med de lägsta hushållsinkomsterna.

Diagram 81: Andel med bredband efter hushållssammansättning.**Diagram 82: Andel med bredband efter bostadstyp.**

Endast knappt hälften, 45 procent, är nöjda med det sätt på vilket hushållet är uppkopplat. Hur nöjd man är förklaras till stor del av vilken anslutningsform man har. De äldsta över 60 år är oftare nöjda än de yngre.

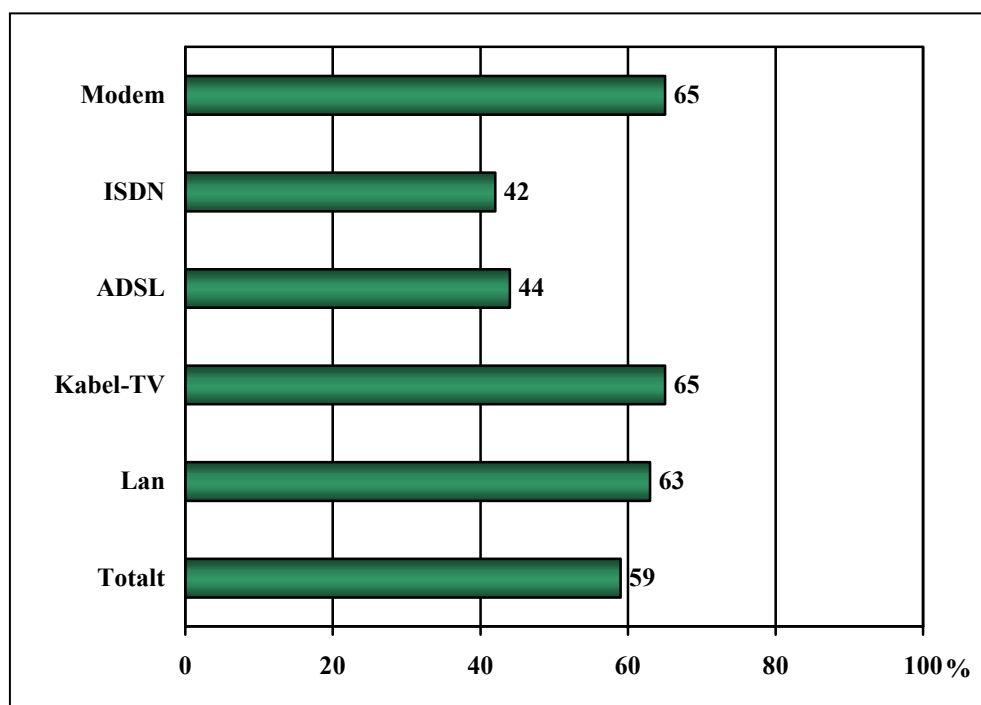
Diagram 83: Andel som är nöjd med hushållets anslutningsform efter anslutningsform.

Sex av tio tycker att det gick snabbt och lätt att bli ansluten till Internet och att allt blev rätt. Tre av tio upplevde väntetider eller att det blev fel.

Diagram 84: Hur fungerade det när ditt hushåll blev anslutet så att du/ni kunde börja använda Internet?

Även detta har ett samband med anslutningsform.

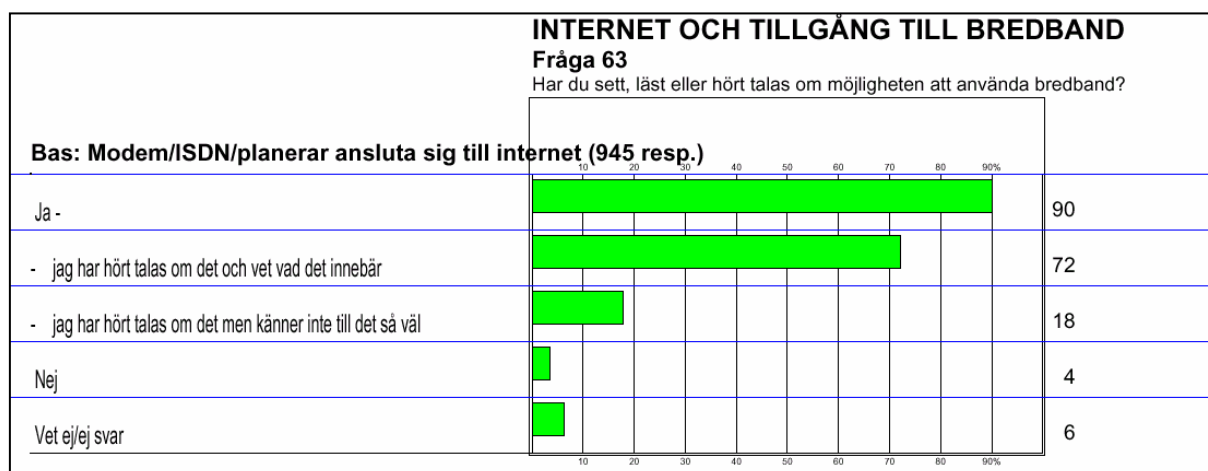
Diagram 85: *Andel som tyckte att det gick snabbt att bli ansluten och att allt blev rätt efter anslutningsform.*



Bredband

En majoritet av dem som använder eller planerar att börja använda Internet, men som inte har bredband, har hört talas om bredband.

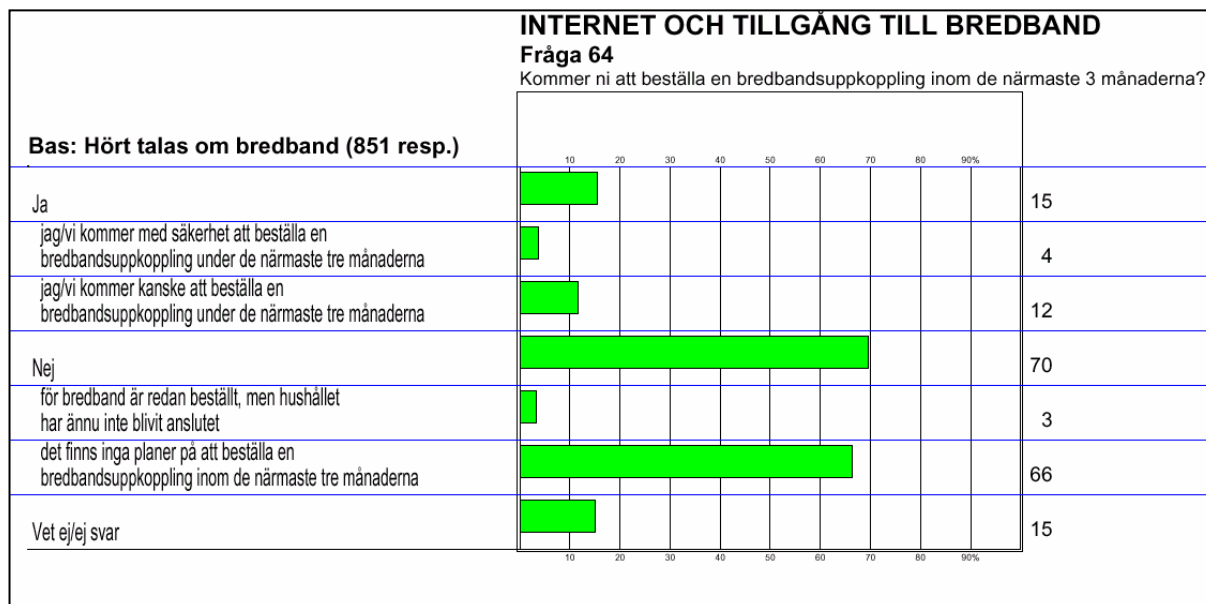
Diagram 86: *Har du sett, läst eller hört talas om möjligheten att använda bredband för uppkoppling till Internet?*



Andelen med kännedom ökar med utbildning.

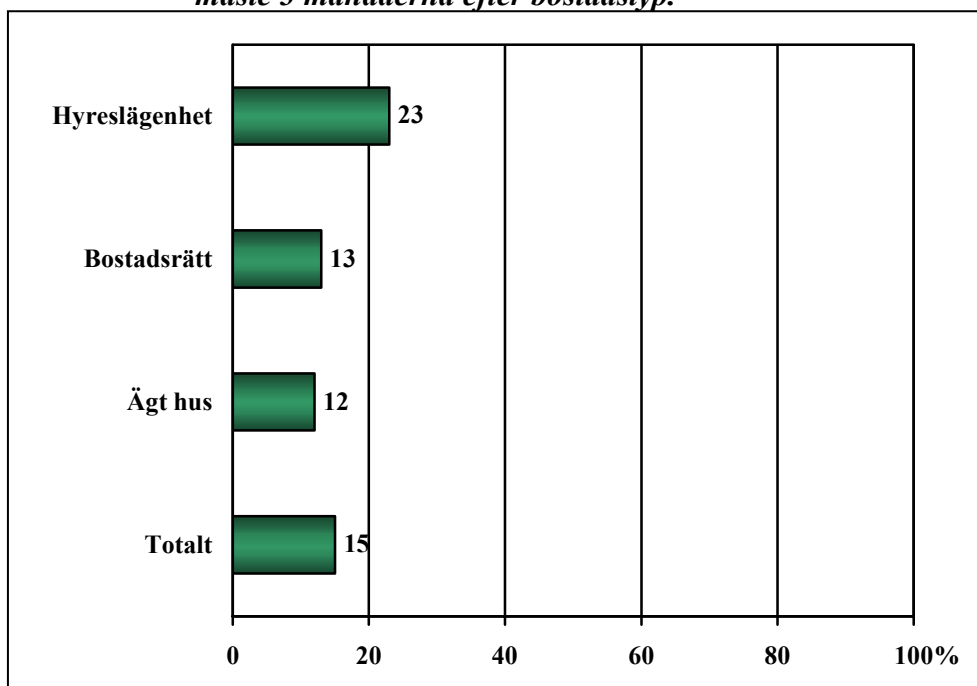
Nästan 15 procent uppger att de kanske eller säkert kommer att beställa en bredbandsuppkoppling inom de närmaste 3 månaderna. Några procent har redan beställt.

Diagram 87: Kommer ditt hushåll att beställa en bredbandsuppkoppling inom de närmaste 3 månaderna?



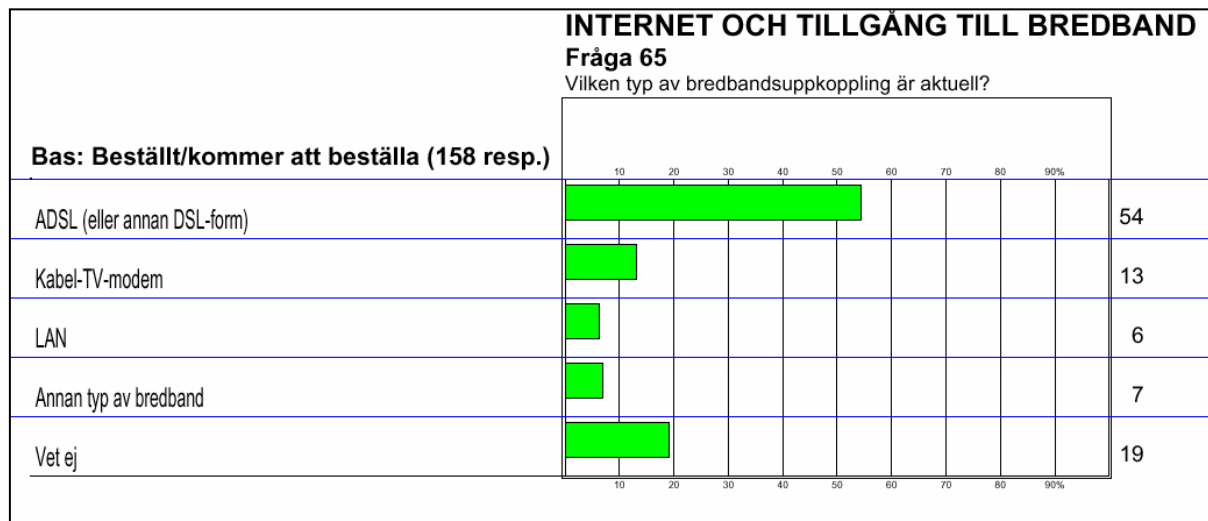
Andelen som säkert eller kanske kommer att beställa bredband är större bland dem med hemmavarande barn i hushållet, boende i hyreslägenhet, storstadsbor och bland dem som använder Internet varje dag.

Diagram 88: Andel som säkert eller kanske kommer att beställa bredband inom de närmaste 3 månaderna efter bostadstyp.



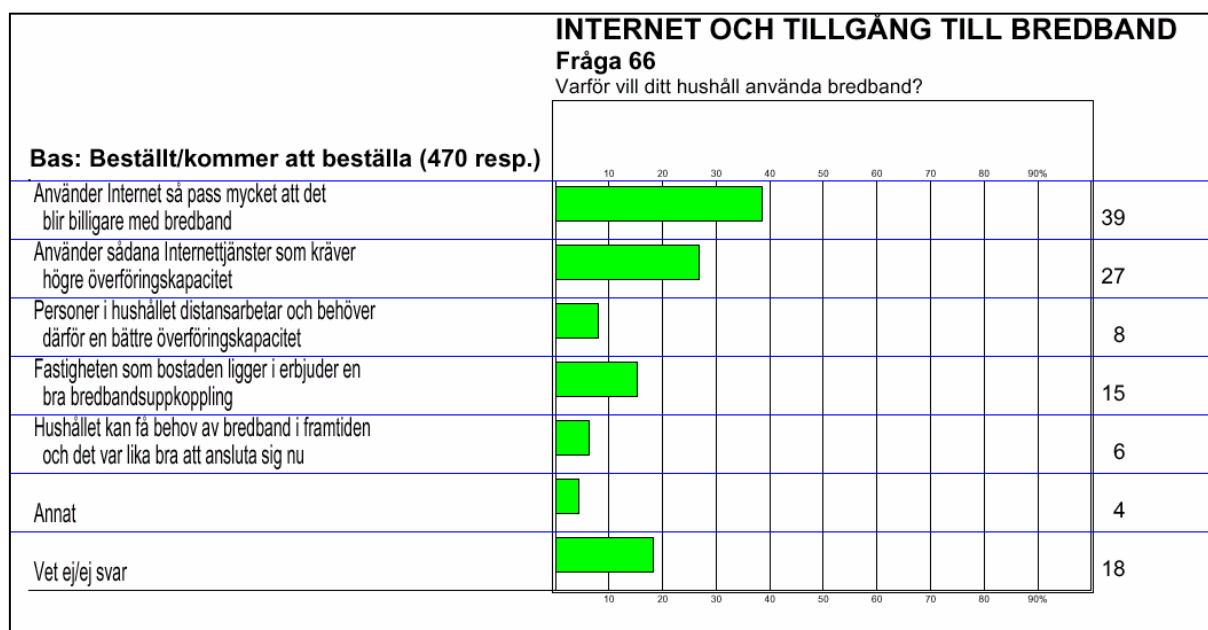
För dem som beställt eller kommer att beställa bredband är den vanligaste aktuella uppkopplingen ADSL, därefter kabel-TV modem.

Diagram 89: Vilken typ av bredbandsuppkoppling är aktuell?



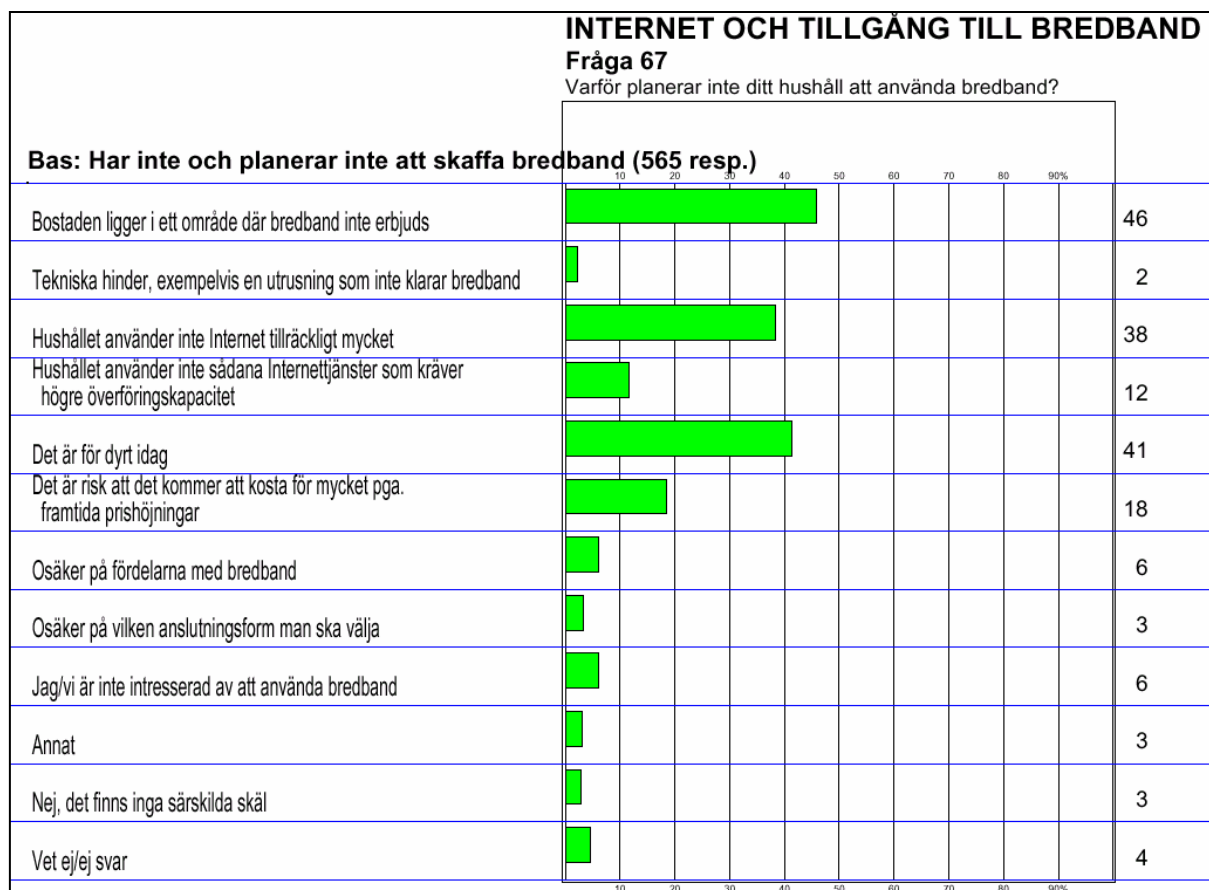
Det vanligaste skälet till att man har, har beställt eller vill beställa bredband är att man använder Internet så pass mycket att det blir billigare med bredband, därefter att man använder sådan Internettjänster som kräver högre överföringskapacitet.

Diagram 90: Varför vill ditt hushåll använda bredband?



Bland dem som inte planerar att beställa bredband är det vanligaste skälet till detta att bredband inte erbjuds i bostadsområdet. Detta skäl anges främst av dem som bor i ägt hus (57 procent).

Diagram 91: Varför planerar inte ditt hushåll att använda bredband?



BORTFALLSREDOVISNING

Nedan följer en redovisning av bortfallet i undersökningen. Svarefrekvensen är relativt jämn mellan åldersgrupperna. Bland de äldsta (75 år) finns dock ett större bortfall.

Tabell 9: Svarefrekvens efter ålder och totalt

	Svarefrekvens i %
16-24 år	60
25-29 år	54
30-34 år	57
35-39 år	54
40-44 år	56
45-49 år	58
50-54 år	56
55-59 år	59
60-64 år	63
65-69 år	62
70-74 år	63
75 år	44
Totalt	58

Bland länen är svarsfrekvensen lägre i Blekinge län och Västernorrlands län.

Tabell 10: Svarsfrekvens efter län

Län	Svarsfrekvens i %
Stockholms län	53
Uppsala län	66
Södermanlands län	58
Östergötlands län	60
Jönköpings län	61
Kronobergs län	80
Kalmar län	60
Gotlands län	59
Blekinge län	43
Skåne län	55
Hallands län	63
Västra Götalands län	58
Värmlands län	57
Örebro län	64
Västmanlands län	53
Dalarnas län	60
Gävleborgs län	65
Västernorrlands län	47
Jämtlands län	73
Västerbottens län	65
Norrbottens län	66
Totalt	58

Bortfallet är något större i storstäderna, när man studerar dimensionerna storstad, stad, glesbygd.

Tabell 11: Svarsfrekvens efter bostadsort

Län	Svarsfrekvens i %
Sthlm/Göteborg/Malmö	55
Städer	60
Glesbygd	61
Totalt	58

Övriga bakgrundsvariabler är inte med i urvalet och därför kan inte heller någon bortfallsanalys redovisas. Däremot har vi för några bakgrundsvariabler jämfört fördelningen bland de svarande med statistik över befolkningen från Statistisk årsbok 2002. Den analysen visar följande:

- Andel män respektive kvinnor är densamma bland de svarande som uppgivit kön i undersökningen som i befolkningen (50,5 respektive 49,5 procent).
- Andel utlandsfödda är något mindre bland de svarande (10 procent) än i befolkningen (13,5 procent). Efter vägning är andelen 10,5 procent.

För kön, ålder och H-region (storstad, stad, glesbygd) är en vägning genomförd i undersökningen, så att de svarande får motsvarande fördelning på dessa variabler som befolkningen.

I nedanstående tabell redovisas bortfallsorsaker som kommit till fältavdelningens kännedom.

Tabell 12: Bortfallsorsaker

Bruttourval:	3001
Ej målgruppsaktuell	8
Avflyttad utan eftersändning	26
Flyttat utomlands	4
Adressaten okänd	9
Bortrest hela fältperioden	1
Ej svensktalande	2
Funktionshindrad, ej möjlighet svara	3
Sjuk	8
Vägrar svara/Blank	54
För sent inkomna	21
Totalt bortfall	1255
Antal inkomna	1746

Bromma 2002-11-21

TEMO AB

Cecilia Svärd

23157/Rapport/23157r/CESV