



Svenskarnas användning av Telefoni & Internet

Individundersökning 2008

TNS Gallup: Per Löfqvist, Dennis Stenberg
& Maria Rönnberg
Post- och telestyrelsen: Camilla Jönsson
Projektnummer: 17843
Datum: 2008-12-04
RAPPORTNUMMER:
PTS-ER-2008:24



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	4
BAKGRUND OCH SYFTE MED UNDERSÖKNINGEN	4
FRÅGEFORMULÄR	4
MÅLGRUPP OCH URVAL	4
FÄLTARBETE OCH SVARFREKVENNS	4
VÄGNING	5
SAMMANFATTNING	6
FAST TELEFONI	8
ANDEL SOM HAR FAST TELEFONI	8
VAL AV OPERATÖR	9
UTVÄRDERING AV OPERATÖR	10
ÖVRIGA KÖPTA TJÄNSTER	11
BYTE AV OPERATÖR	13
LÄG KÄNNEDOM OM AVGIFTERNA	16
FELANMÄLAN	17
UTLANDSSAMTAL	17
IP-/BREDBANDSTELEFONI	19
ANVÄNDNING OCH TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	19
PROBLEM MED IP-/BREDBANDSTELEFONI	20
BYTE FRÅN FAST TELEFONI TILL IP-/BREDBANDSTELEFONI	20
MOBILTELEFONI	21
MOBILTELEFONIANVÄNDNING	21
BETALNINGSFORM PÅ ABONNEMANG	23
NUVARANDE OCH TIDIGARE OPERATÖR	24
UTVÄRDERING AV NUVARANDE OPERATÖR	25
BYTE AV OPERATÖR	26
ANVÄNDNING AV INNEHÅLLSTJÄNSTER	29
SMS OCH MMS	30
AVGIFTER	31
ANVÄNDNING UTOMLANDS	31
INTERNET OCH TILLGÅNG TILL BREDBAND/MOBILT BREDBAND	33
ANVÄNDNING AV INTERNET	33
ANVÄNDNING AV HOTSPOTS	34
TILLGÅNG TILL INTERNET I HEMMET	35
NUVARANDE OCH TIDIGARE OPERATÖR	36
UTVÄRDERING AV NUVARANDE OPERATÖR	37
BYTE AV INTERNETOPERATÖR	39
TYP AV INTERNETANSLUTNING	41
UPPLEVDA PROBLEM	42
ÅTGÄRDER FÖR SKYDD AV DATOR	43
UTVÄRDERING AV MOBILT BREDBAND	44
BYTE FRÅN TRÅDBUNDET/FAST BREDBAND TILL MOBILT BREDBAND	45
BORTFALLSREDOVISNING	46

INLEDNING

Bakgrund och syfte med undersökningen

Post- och telestyrelsens (PTS) uppgift är bland annat att bevaka och främja konkurrensen inom marknaden för elektronisk kommunikation i Sverige. PTS sätter ramar för marknaden genom att utfärda föreskrifter, fatta beslut och fördela tillstånd.

Dessutom följer PTS marknaderna och beskriver dem i syfte att upptäcka konkurrensproblem och åtgärda dessa. I detta arbete kan PTS lösa tvister genom att besluta om vad som ska gälla mellan operatörer samt bedriva tillsyn över marknadens aktörer. Vidare kan PTS också besluta om vissa skyldigheter för dominerande aktörer.

Förutsättningar för effektiv konkurrens är att trösklarna för nya företag att ta sig in på marknaden är så låga som möjligt och att reglerna som främjar konkurrens är tydliga. Konsumenterna ska vara välinformerade för att lätt kunna välja bland olika tjänster och leverantörer och de ska erbjudas tydlig information om sina rättigheter och skyldigheter. Dessutom ska tjänsterna som erbjuds vara lättanvända, prisvärda och av god kvalitet.

Sedan 2002 har PTS årligen genomfört en individundersökning som syftar till att ge kunskap om marknaden utifrån ett konsumentperspektiv. Undersökningen omfattar elektronisk kommunikation, vilket innebär fast telefoni, mobil telefoni samt Internet och IT-infrastruktur med hög överföringskapacitet.

Undersökningen har genomförts av TNS Gallup.

Frågeformulär

Frågeformuläret (se bilaga) har utarbetats i samråd mellan PTS och TNS.

Vid årets genomförande har frågeformuläret genomgått olika förändringar. En del nya frågor har tillkommit, vissa frågor har tagits bort samt en del frågor har omformulerats. I de fall där frågor har reviderats eller svarsalternativ ändrats finns det noterat i rapporten. Detta innebär att vissa jämförelser över tid bör tolkas med försiktighet.

I frågeformuläret och i diagrammen i rapporten beskrivs genomgående operatörerna med

varumärkesnamn som de normalt används mot konsumenterna, till exempel Telia. Däremot används bolagsnamnet Telia Sonera i övriga delar av rapporten.

Målgrupp och urval

Målgrupp för undersökningen är allmänheten i Sverige mellan 16-75 år.

Urvalet är ett riksrepresentativt slumpmässigt urval som omfattar 4000 individer.

Fältarbete och svarsfrekvens

Datainsamlingen genomfördes under september och oktober 2008 (vecka 38-42) främst med hjälp av postala enkäter.

I ett första steg gjordes ett postalt utskick av ett informationsbrev till samtliga i urvalet. I brevet informerades respondenterna om möjligheten att svara på undersökningen via en postal enkät, alternativt via Internet. Möjligheten till att svara via Internet (se exempel nedan) innebar att respondenterna i informationsbrevet fick en länk med tillhörande unika ID-nummer och lösenord. Till de respondenter som efter en knapp vecka inte svarat på undersökningen via Internet gjordes ett postalt utskick av enkäten. Därefter genomfördes även två postala påminnelser samt en avslutande telefonpåminnelse.

Figur 1: Exempel från frågeformuläret för de respondenter som valde att svara på undersökningen via Internet.

Svarsfrekvensen i undersökningen är 54%. Av dessa har ungefär en fjärdedel valt att svara via Internet. 2007 var svarsfrekvensen 50%. För en mer detaljerad beskrivning av svarsfrekvenser, jämförelse mellan de som svarat via Internet och postalt samt bortfallsorsaker, se sista kapitlet.

Vägning

I syfte att kompensera för bortfall i vissa målgrupper och för att ge bättre representativitet i undersökningen har resultaten liksom tidigare år vägts efter variablerna kön, ålder och H-region (för förklaring av H-region, se tabellbilagan) i proportion till andelar i befolkningen.

Det skall understrykas att undersökningen, precis som tidigare år, baseras på ett individurval. Det innebär att resultaten vad det gäller marknadsandelar inte direkt kan jämföras med hushållsbaserade undersökningar, eftersom flerpersonghushåll är överrepresenterade i individurval jämfört med hushållsbaserade urval.

Förklaring till grafik i denna rapport

I diagrammen som används för att presentera årets resultat är även resultaten från de två senaste åren inkluderade, där de finns. För jämförelse längre bakåt i tiden hänvisar vi till tabellbilagan.

Det frågenummer som använts i frågeformuläret står inom parentes efter diagramrubriken.

Den bas som är angiven längst ner i varje diagram gäller för 2008. För övriga års baser, se tabellbilagan.

Andra källor i rapporten

I vissa delar av rapporten görs hänvisningar till undersökningen "E-Communications Household Survey". Denna är genomförd av TNS på uppdrag av EU och med hjälp personliga intervjuer (face-to-face) med nästan 27.000 individer i de 27 medlemsländerna.

Undersökningen omfattar en rad olika områden såsom t.ex. fast telefoni, mobiltelefoni, Internet och TV.

SAMMANFATTNING

Fast telefoni

- Nästan 9 av 10 (88%) av den svenska befolkningen anger att de har fast telefoni i hushållet, vilket är oförändrat jämfört med tidigare år. Andelen som inte har fast telefoni är vanligast bland de som bor i hushåll där ingen är över 26 år där drygt var fjärde (27%) anser att de klarar sig utan detta.
- Telia Sonera är fortfarande den största aktören med en marknadsandel på 54%, men har tappat mark sedan 2007. Tele2, ComHem och Bredbandsbolaget har alla ökat sina andelar något.
- Andelen som är sammantaget nöjd med sin fasta telefonioperatör är överlag oförändrad från tidigare år och ligger kvar på knappt 3 av 4 (72%).
- Drygt 7 av 10 (72%) köper även andra tjänster av sin operatör inom fast telefoni och ligger kvar på samma nivå överlag jämfört med tidigare år. Det är däremot en ökad andel som köper bredband och TV, medan andelen som köper mobiltelefoni och uppringt Internet sjunker. Nästan var tionde (7%) köper i år mobilt bredband från sin fasta telefonioperatör.

IP-/bredbandstelefoni

- Andelen av den svenska befolkningen som använder IP-/bredbandstelefoni ökar. 2008 anger 25% att de använder sig av IP-/bredbandstelefoni i hushållet. Vanligast är det att ringa via det vanliga telefonjacket.
- Nästan hälften (45%) av de som använder IP-/bredbandstelefoni har haft problem. Svag ljudkvalitet är ett fortsatt vanligt problem, men även att det inte går att ringa ut/få uppkopplingston.
- Ungefär var tredje person i landet kan tänka sig att avstå från den traditionella fasta telefonen i förmån för IP-/bredbandstelefoni, varav 10% redan gjort detta.

Mobiltelefoni

- 96% av befolkningen har mobiltelefon, varav de flesta använder den för privat bruk (94%).
- Nästan hälften av svenskarna kan fortfarande inte tänka sig att enbart använda mobiltelefonen och avstå från den fasta

telefonen i hushållet. Nästan 1 av 10 (9%) använder emellertid endast mobiltelefonen och det är fortsatt vanligast bland de yngre åldersgrupperna.

- Största aktören på mobilsidan är, precis som på den fasta telefonisidan, Telia Sonera med en andel på 39% följt av Tele2/Comviq (25%) och Telenor (16%). Däremot har Telia Sonera tappat under året (4 procentenheter) medan Tele2/Comviq har stärkt sin position (3 procentenheter).
- Andelen som uppger att de är nöjd med sin mobiloperatör har sjunkit från 74% till 71% mellan 2007 och 2008. Högst andel nöjda kunder bland de stora operatörerna har Telia Sonera, Tele2/Comviq och 3, medan Telenor fortsatt ligger en bit efter.
- Andelen som bytt mobiloperatör de senaste 6 månaderna har sjunkit från 9% till 5% mellan förra året och i år. Huvudsakligt skäl till bytet är fortsatt av kostnadsskäl. De som inte bytt operatör är huvudsakligen helt enkelt nöjd med den operatör de har.
- Två av tre mobilanvändare har under det senaste halvåret använt någon av de innehållstjänster som finns tillgängliga. Vanligast är, precis som tidigare år, att skicka eller ta emot bilder (MMS). En tjänst som, relativt sett, fler inte verkar använda längre är nedladdning av ringsignaler, logotyper, bilder och eller spel.
- Beteendet ökar bland de som redan skickar SMS. 7% uppger att de skickar fler än 10 SMS per dag och är vanligast bland tonåringarna (32%).
- Drygt 1 av 10 (14%) känner inte till om de har en öppningsavgift knutet till mobilsamtalen eller vet vad det innebär och så många som drygt 7 av 10 (71%) känner inte till vilket debiteringsintervall de har.

Internet och tillgång till bredband/mobilt bredband

- 90% av svenskarna mellan 16-75 år använder Internet vilket är en ökning med 3 procentenheter från 2007. 89% av svenskarna mellan 16 och 40 år använder Internet i stort sett varje dag.
- 89% har tillgång till Internet i hemmet, vilket även det är en ökning från tidigare år (med 5 procentenheter).
- Telia Sonera är störst med en andel på 38% följt av ComHem respektive Bredbandsbolaget med andelar på 14% vardera. Inga större förändringar har skett jämfört med tidigare år.
- Andelen som är sammantaget nöjd med sin Internetoperatör har sjunkit överlag för de största aktörerna, förutom för Bredbandsbolaget där läget är oförändrat. Glocalnet står för det största tappet (13 procentenheter).
- En lägre andel byter, precis som inom mobiltelefonin, Internetoperatör jämfört med tidigare år. 6% uppger att de bytt operatör de senaste 6 månaderna mot 10% 2007.
- Andelen som har bredband i Sverige fortsätter att öka även i år. Nästan 3 av 4 (74%) har bredbandsaccess i hushållet varav 7% uppger att mobilt bredband är den anslutningsform de använder oftast.
- Hälften har drabbats av problem någon gång det senaste halvåret när de har varit uppkopplade mot Internet, men detta är 6 procentenheter lägre än föregående två år. Främst är det färre som drabbats av SPAM (oönskad e-post).
- 89% vidtar någon typ av åtgärd för att skydda den dator som hushållet använder oftast.
- 51% av de som använder mobilt bredband instämmer i påståendet att det fungerar bra hemifrån. Endast 24% instämmer i påståendet att de får den uppkopplingshastighet de betalar för.
- 24% av hushållen som själva betalar för sitt Internetabonnemang skulle kunna tänka sig att byta från trådbundet/fast bredband till att endast använda mobilt bredband i hemmet och 6% har redan gjort det bytet. Det vanligaste skälet till att inte byta är på grund av att överföringskapaciteten är lägre.

FAST TELEFONI

Detta kapitel omfattar fast telefoni och behandlar områden som antal abonnemang, val och utvärdering av operatör, andra köpta tjänster, byte av operatör, avgifter och användningsområden.

Fast telefoni definieras som ett traditionellt fast telefonabonnemang, ett abonnemang för IP-/bredbandstelefoni eller så kallad fastmobil teknik (ett abonnemang där kunden med hjälp av en särskild dosa kan ringa med vanlig fast telefon via mobilnätet). Specifika frågor kring IP-/bredbandstelefoni tas upp i nästa kapitel.

Frågorna i detta kapitel rör huvudsakligen själva abonnemanget för fast telefoni eftersom det är en liten andel av befolkningen som har olika operatörer för sitt abonnemang och sina samtal. Tidigare år har frågorna separerats för abonnemanget och samtalsoperatören med bakgrund av att förändringen på telemarknaden i början av 2005 medförde att konsumenterna fick möjlighet att byta operatör även för sitt fasta telefoniabonnemang. Dessförinnan var det endast möjligt att välja samtalsoperatör.

Andel som har fast telefoni

88% anger att de har abonnemang för fast telefoni i hushållet, vilket är oförändrat jämfört med tidigare år. Förändringen bland de som inte har fast telefoni som ökar från 6% till 10% ska emellertid tolkas med försiktighet eftersom det är en högre andel som svarar på frågan i år (andelen ej svarande har sjunkit från 5% till 2%).

I ett internationellt perspektiv ser vi att andelen som har fast telefoni i hushållet sjunker över tid. Andelen hushåll med fast telefoni i EU-länderna är 2008 70%, vilket är en nedgång med 8 procentenheter från 2006 då andelen var 78%¹. Ett skäl till detta är att många nöjer sig med att bara ha en mobiltelefon att ringa med och att de klarar sig utan den fasta telefonen.

Fast telefoni är betydligt vanligare bland de som bor i småhus/villa där (96%) jämfört med de som bor i hyresrätt (75%).

Andelen som avstår fast telefoni är störst bland de som bor i hushåll där alla medlemmar är under 26 år (40%), medan väldigt få (3%) av de som bor i hushåll där alla medlemmar är över 60 år avstår fast

telefoni. Även studerande avstår fast telefoni i högre utsträckning än övriga (20%).

¹ Källa: "TNS E-Communications Household Survey", June 2008.

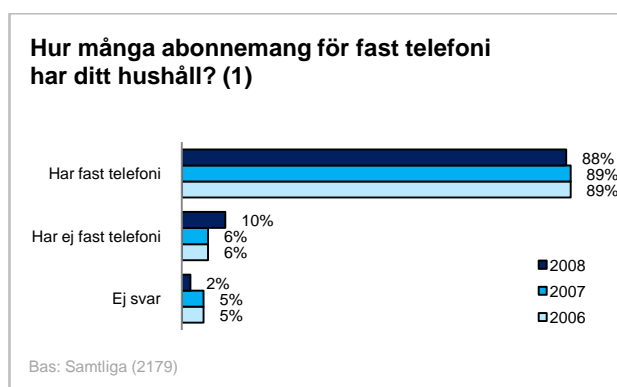


Diagram 1

	Bor i hushåll där alla är under 26 år (n=247)	Bor i hushåll med barn 6-25 år (n=948)	Bor i hushåll med medlemmar 26-60 år (ej barn 6-25 år) (n=1471)	Bor i hushåll där alla är över 60 år (n=338)
Har fast telefoni	60 (55)	87 (93)	87 (89)	94 (93)
Har ej fast telefoni	40 (37)	12 (2)	12 (7)	3 (2)
Ej svar	0 (9)	1 (4)	1 (4)	2 (5)
Totalt	100	100	100	100

Tabell 1: Användning av fast telefoni efter hushållssammansättning (%). Bas: Samtliga (2179)

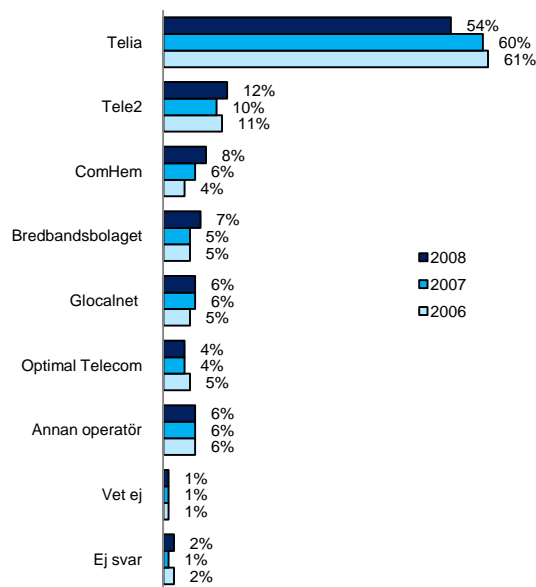
Val av operatör

Telia Sonera är den klart största aktören på den fasta telefonimarknaden med en marknadsandel på 54%. Efter Telia Sonera följer Tele2 med en andel på 12%, som i sin tur följs av ComHem, Bredbandsbolaget och Glocalnet på mellan 6-8 procentandelar.

Emellertid har Telia Sonera tappat andelar jämfört med tidigare år, från 60% till 54%, medan Tele2, ComHem respektive Bredbandsbolaget har ökat något (alla med 2 procentenheter). Detta talar för att marknaden under 2008 blivit något mer diversifierad, det vill säga att den största fasta telefonioperatören tappar medan de mindre aktörerna ökar något.

Sedan början av 2005 är det möjligt att byta abonnemangsoperatör för fast telefoni, det vill säga att välja en annan operatör än Telia Sonera. Tabellen nedan visar att stora andelar av de som tidigare haft Tele2, Glocalnet, Optimal Telecom eller någon annan operatör (och därigenom bytt från Telia Sonera efter att förval införts) även har hunnit med att byta tillbaka till Telia Sonera. Vidare tappar Telia Sonera störst andel abonnemangskunder till Tele2 (31%).

Till vilken operatör betalar ditt hushåll abonnemangsavgiften för fast telefoni? (2)



Bas: Har fast telefoni (1925)

Diagram 2

Nuvarande operatör	Tidigare operatör				
	Telia Sonera (n=402)	Tele2 (n=118)	Glocalnet (n=51)	Optimal Telecom (n=60)	Annan operatör (n=439)
Telia Sonera	-	65	63	54	62
Tele2	31	-	8	6	9
ComHem	17	9	6	8	7
Bredbandsbolaget	15	4	8	7	5
Glocalnet	14	8	-	18	5
Annan operatör	23	14	12	5	10
Vet ej	0	1	2	2	2
Ej svar	0	0	0	0	0
Totalt	100	100	100	100	100

Tabell 2: Nuvarande abonnemangsoperatör uppdelat efter tidigare abonnemangsoperatör (%). Bas: Har bytt abonnemangsoperatör (1070)

Utvärdering av operatör

Andelen som är *sammantaget nöjd* med sin abonnemangsoperatör för fast telefoni (72%) är oförändrad jämfört med 2007. Det gäller även andelen som är uttalat missnöjd med sin operatör (6%).

Drygt 3 av 4 instämmer i påståendet att de *kan ringa med sin fasta telefoni utan tekniska avbrott*, medan 7% inte instämmer och därigenom har upplevt någon form av tekniskt problem.

Knappt 70% upplever att deras fasta telefoni *har hög ljudkvalitet på samtalen*, medan 4% inte instämmer med detta påstående.

Inställningen till om den fasta telefonioperatören *har låga priser* varierar. 33% instämmer till påståendet, 29% anser "varken eller" medan 24% inte håller med om detta.

Optimal Telecom utmärker sig, precis som under 2007 och har högst andel abonnemangskunder som är *sammantaget nöjda* (86%). Bredbandsbolaget är den aktör som har lägst andel *sammantaget nöjda* abonnemangskunder (60%) och är även den operatör som tappar mest av de större aktörerna (11 procentenheter jämfört med 2007). Även ComHem har tappat i andelen nöjda kunder från 76% förra året till 70% i år.

Telia Soneras kunder upplever inte företaget som en "lågprisleverantör", endast 17% instämmer i påståendet *har låga priser*. Däremot upplever kunderna att Telia Sonera *har en hög ljudkvalitet* (74%) på samtalen och *går att ringa med utan*

tekniska avbrott (81%). Både ComHem och Bredbandsbolaget utmärker sig genom att ha lägre andel av kunderna som upplever att de *har hög ljudkvalitet på samtalen* och *går att ringa med utan tekniska avbrott*.

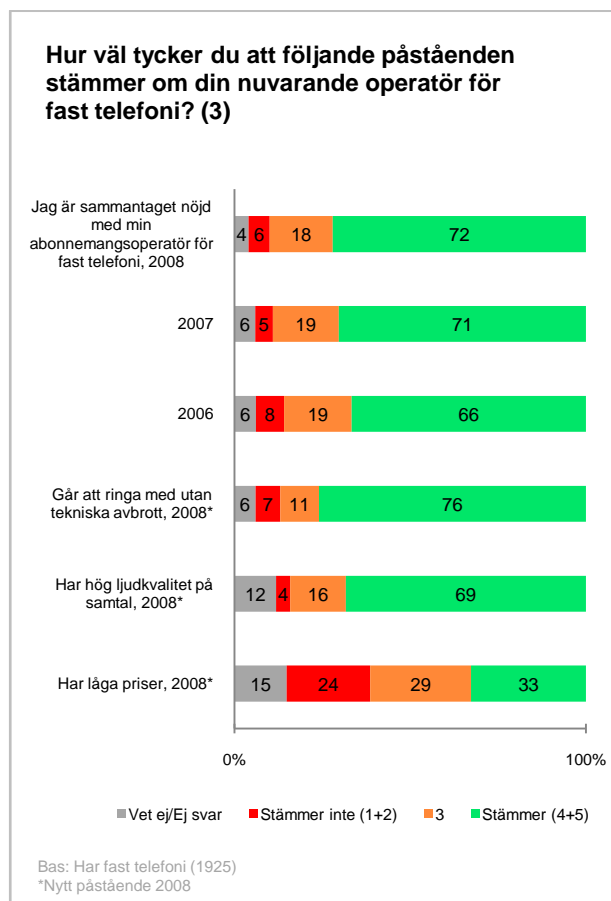


Diagram 3

	Telia Sonera (n=1042)	Tele2 (n=233)	ComHem (n=159)	Optimal Telecom (n=83)	Bredbandsbolaget (n=127)	Glocalnet (n=109)	Annan operatör (n=172)
Jag är sammantaget nöjd med min abonnemangsoperatör för fast telefoni	74 (71)	73 (66)	70 (76)	86 (77)	60 (71)	72 (75)	68 (69)
Har låga priser	17	42	63	63	51	41	52
Har hög ljudkvalitet på samtal	74	64	55	72	57	65	67
Går att ringa med utan tekniska avbrott	81	76	51	83	59	81	71

Tabell 3: Andel som svarat 4 eller 5 på en skala från 1-5, där 1 står för stämmer inte alls och 5 står för stämmer helt, uppdelat efter nuvarande abonnemangsoperatör (%). Bas: Har fast telefoni (1925)

Samma operatör för abonnemang och samtal?

85% uppger att de har samma operatörer för abonnemanget och för samtalen, medan endast 7% har olika operatörer. Det finns inga större skillnader mellan abonnemangsoperatörerna, förutom Tele2 där 13% av abonnemangskunderna säger sig ha en annan samtalsoperatör. Mellan 4-6% av Övriga operatörer säger sig ha en annan samtalsoperatör för den fasta telefonin.

Av de 7% svenskar som har olika operatörer för sitt abonnemang och för sina samtal kan 3 av 4 (75%) även tänka sig att ha detta i fortsättningen. En tolkning av detta är att de få, relativt sett, som har olika operatörer för sitt abonnemang och sina samtal när det gäller den fasta telefonin är nöjda med detta.

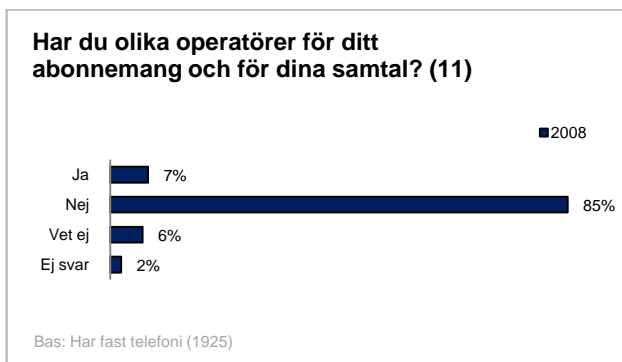


Diagram 4



Diagram 5

Övriga köpta tjänster

Drygt 7 av 10 (72%) köper någon/några andra tjänster av sin abonnemangsoperatör än fast telefoni. Det är ingen skillnad från föregående år (71%) totalt sett. Endast 1 av 4 (25%) uppger att de inte köper någon ytterligare tjänst.

Det är i likhet med tidigare år vanligast att köpa bredband bland de tillkommande tjänsterna (50%), vilket är en ökning från 2007 (46%). På två år har andelen ökat med hela 14 procentenheter. Därefter är det vanligast att köpa mobiltelefoni (37%) där andelen har sjunkit från 2007 (41%) och är tillbaka på samma nivå som år 2006. Den tredje vanligaste tilläggs tjänsten är TV (16%) som ökar jämfört med 2007 (11%), vilket även är en ökning för tredje året i rad.

7% uppger att de även köper mobilt bredband/Internet från samma operatör som för abonnemanget för fast telefoni. Detta alternativ är nytt i årets undersökning och extra intressant med tanke på många operatörers satsning på denna tjänst.

Den tilläggs tjänst som av naturliga skäl fortsätter att tappa i andelar är uppringt Internet som i år är 5%.

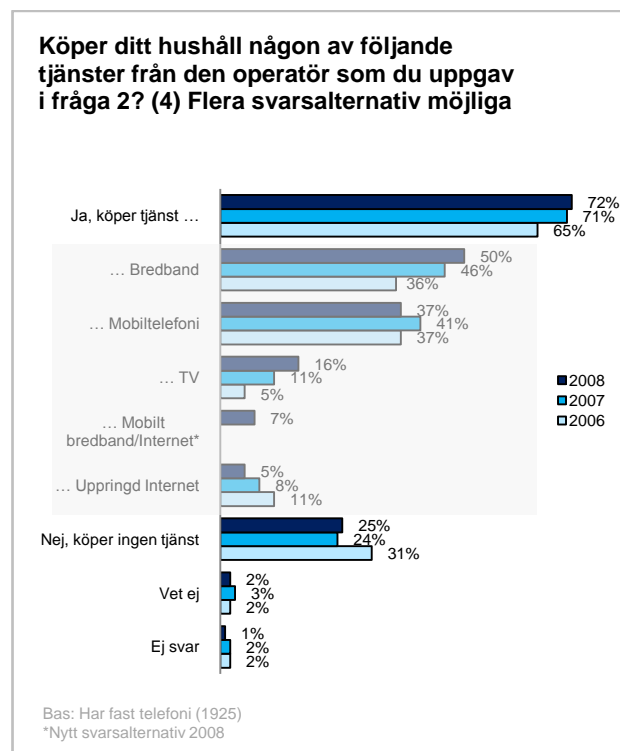


Diagram 6

Tittar vi utanför Sveriges gränser blir det allt vanligare bland operatörer att tillhandahålla olika kombinationserbudanden. Andelen hushåll inom EU-länderna som i år har flera tjänster från en och samma operatör är 29% vilket är en ökning med 9 procentenheter sedan förra året. Vanligaste kombinationen är fast telefoni och Internet vilket 13% av hushållen inom EU uppger att de har.²

Det är fortsatt vanligast att köpa andra tjänster bland de som har Bredbandsbolaget (98%) och ComHem (95%) (se Tabell 4). Det är tydligt att Bredbolagets kunder köper bredband som tilläggstjänst och ComHems kunder köper bredband och/eller TV som tilläggstjänst.

² Källa: "TNS E-Communications Household Survey", June 2008.

Knappt hälften (46%) av de som köper någon annan tjänst från sin fasta abonnemangsoperatör uppger att de får någon typ av rabatt eller paketerbudande när de köper flera tjänster. Så många som 1 av 4 (25%) uppger att de inte vet om de får någon rabatt eller paketerbudande.

Av de olika operatörerna är det tydligast att ComHems kunder vet att de får en rabatt eller ett paketerbudande tillsammans med sin fasta telefoni (83%) följt av Bredbandsbolaget (67%) (se Tabell 5).

Av de andra större aktörerna är det vanligast bland Telia Soneras och Tele2s kunder att de inte får någon rabatt/paketerbudande alternativt inte vet.

	Telia Sonera (n=1042)	Tele2 (n=233)	ComHem (n=159)	Optimal Telecom (n=83)	Bredbandsbolaget (n=127)	Glocalnet (n=109)	Annan operatör (n=172)
Ja, köper tjänst	77 (76)	62 (66)	95 (93)	27 (18)	98 (94)	74 (83)	35 (28)
Mobiltelefoni	52 (55)	41 (41)	1 (3)	22 (16)	13 (32)	13 (14)	11 (8)
Uppringd Internet	6 (9)	5 (13)	1 (1)	4 (3)	4 (3)	7 (12)	3 (5)
Bredband	50 (46)	28 (34)	89 (86)	3 (1)	97 (87)	67 (69)	26 (18)
TV	14 (10)	6 (5)	75 (65)	2 (0)	8 (7)	2 (1)	3 (3)
Mobilt bredband/Internet	9	10	3	0	7	2	5
Nej, inget	20 (20)	35 (30)	5 (3)	69 (75)	1 (3)	23 (16)	52 (67)
Vet ej	2 (2)	0 (0)	0 (3)	3 (2)	1 (4)	3 (1)	9 (3)
Ej svar	1 (2)	0 (3)	0 (1)	1 (5)	0 (0)	0 (0)	4 (4)
Totalt	100	100	100	100	100	100	100

Tabell 4: Köpta tjänster uppdelat efter nuvarande abonnemangsoperatör (%). Bas: Har fast telefoni (1925)

	Telia Sonera (n=807)	Tele2 (n=145)	ComHem (n=150)	Bredbandsbolaget (n=125)	Glocalnet (n=80)	Annan Operatör (n=84)
Ja	37	33	83	67	63	42
Nej	25	28	9	12	7	27
Vet ej	31	30	6	14	21	20
Ej svar	8	9	2	6	9	11
Totalt	100	100	100	100	100	100

Tabell 5: Andelar som får rabatt/paketerbudande från sin operatör när de köper flera tjänster (%). Bas: Köper flera tjänster (1391)

Byte av operatör

Knappt hälften (49%) uppger att deras hushåll någon gång gjort ett byte av operatör för abonnemanget, det vill säga som de själva bett om eller medvetet sagt ja till. Majoriteten bytte operatör för mer än 12 månader sedan (33%). Andelen som har bytt operatör totalt sett har ökat med 11% från 2007, från 38% till 49%. Viss försiktighet i jämförelsen bör emellertid tas då svarsalternativen är ändrade från tidigare år.

En något lägre andel säger sig i år aktivt ha bytt operatör de senaste 6 månaderna (6%) jämfört med 2007 (8%).

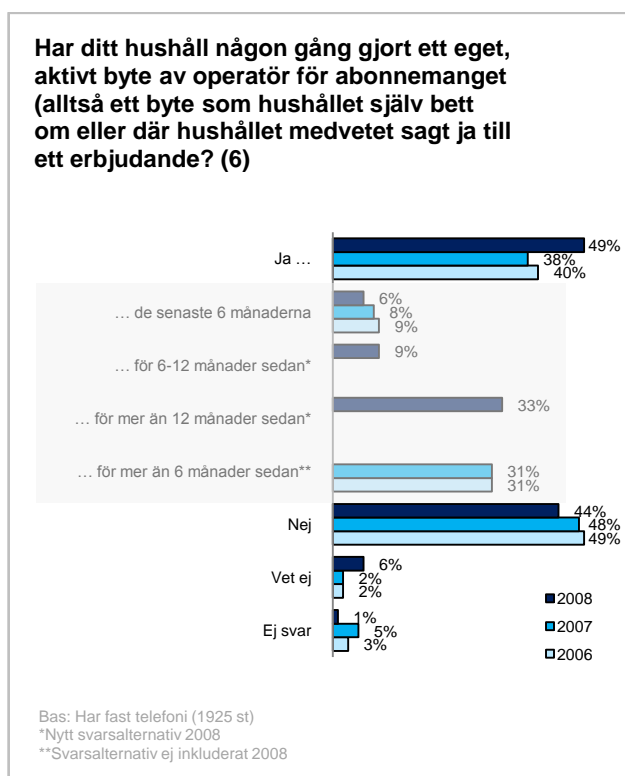


Diagram 7

Varför har hushållet bytt operatör?

Det vanligaste skälet till varför hushållet bytt operatör är för att få lägre kostnader (53%). Tidigare års påståenden kring kostnader och pris hade andelar på 32-37%. I övrigt är förändringarna från tidigare år små. Den näst vanligaste orsaken till ett byte är att ha blivit kontaktat av en annan operatör och fått ett fördelaktigt erbjudande (27%).

Notera vid jämförelser med tidigare år att frågan då ställts för abonnemangsoperatör och/eller samtalsoperatör.

Andelen som har gjort ett eget aktivt byte av operatör är störst bland de som idag är kunder hos Glocalnet (86%) och lägst bland de som idag är kunder hos Telia Sonera (33%). Se Tabell 6 på nästa sida.

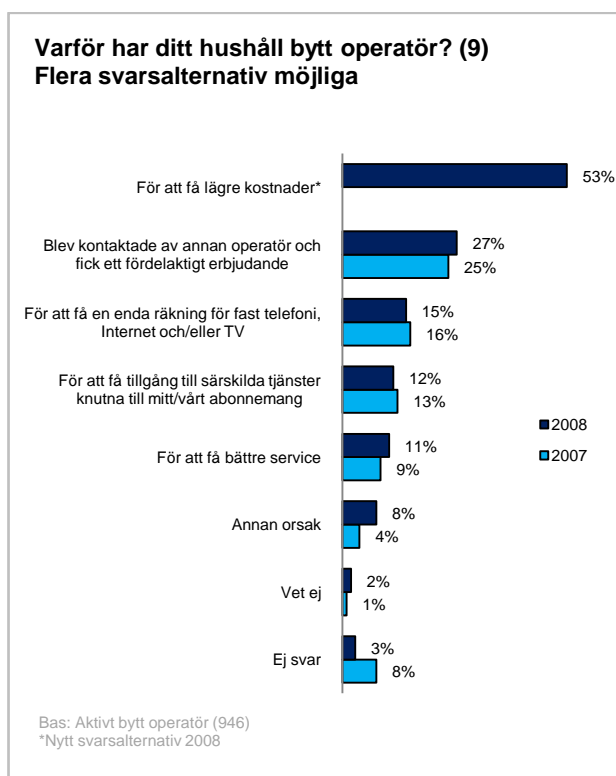


Diagram 8

	Telia Sonera	Tele2	ComHem	Optimal Telecom	Bredbands- bolaget	Glocalnet	Annan operatör
	(n=1042)	(n=233)	(n=159)	(n=83)	(n=127)	(n=109)	(n=172)
Ja	33 (23)	68 (64)	67 (66)	74 (51)	65 (66)	86 (66)	56 (59)
Senaste 6 månaderna	4 (3)	8 (16)	9 (14)	14 (8)	10 (11)	6 (13)	10 (18)
För 6-12 månader sedan	6	13	20	7	12	16	10
För mer än 12 månader sedan	23	47	39	53	44	63	36
Nej	60 (65)	26 (22)	27 (22)	20 (30)	25 (20)	11 (18)	35 (23)
Vet ej	6 (2)	2 (2)	0 (3)	0 (3)	1 (0)	0 (2)	7 (5)
Ej svar	1 (3)	0 (9)	0 (5)	0 (8)	0 (3)	0 (6)	3 (8)
Totalt	100	100	100	100	100	100	100

Tabell 6: Andelar som har gjort ett aktivt byte av operatör för abonnemanget uppdelat efter nuvarande operatör (%). Bas: Har fast telefoni (1925)

Varför har hushållet inte bytt operatör?

Det vanligaste skälet till varför hushållet inte bytt operatör är på grund av att de är nöjda med den operatör de har (59%). Många anser att det helt enkelt inte är värt besväret (24%), att hushållet använder fast telefoni så pass lite att det inte är någon idé att byta (20%) och är rädda för att problem ska uppstå vid ett byte (17%).

Notera vid jämförelser med tidigare år att frågan då ställts för abonnemangsoperatör och/eller samtalsoperatör.

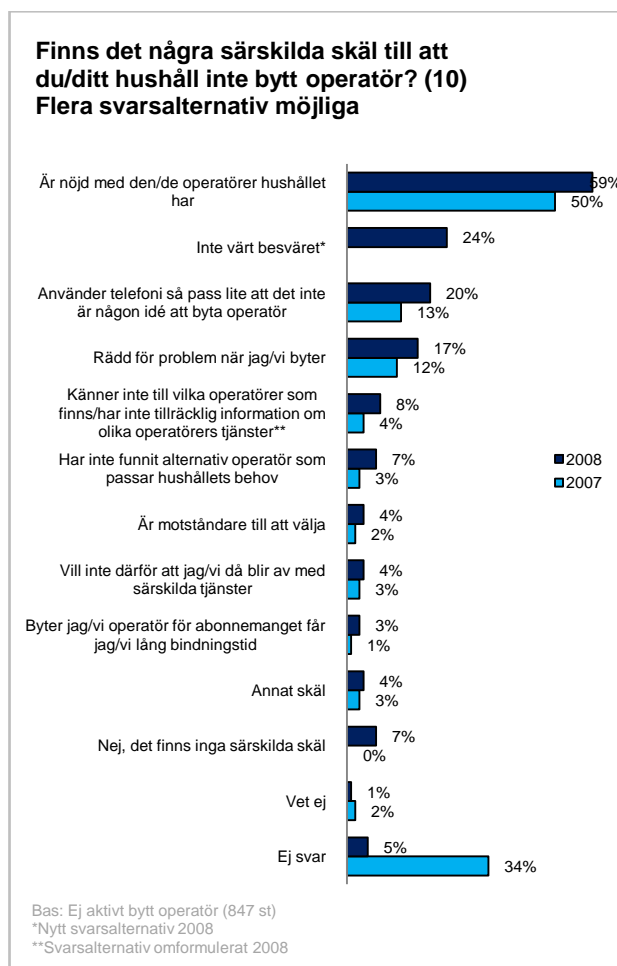


Diagram 9

Operatörerna ringer vanligtvis upp

Det är fortfarande vanligast att hushållet blir uppmärksammat på operatören som valts senast genom att telefonioperatören ringer upp (39%), vilket även som vi såg tidigare (fråga 1) är ett vanligt skäl till byte. Det tyder på att marknadsföring från operatörerna vanligtvis sker via telefonkontakter. Andra vanliga sätt att få information om operatörerna är via vänner/bekanta eller via reklam per post.

Andelen som blivit uppmärksammat på sin operatör på annat sätt ökar i år från 14% till 19%, vilket kan förklaras av att det idag finns många olika kontaktytor, både när det gäller att komma i kontakt med och/eller att bli kontaktad av operatören.

3% uppger i årets undersökning att de är kund hos ett annat företag som även erbjöd fast telefoni.

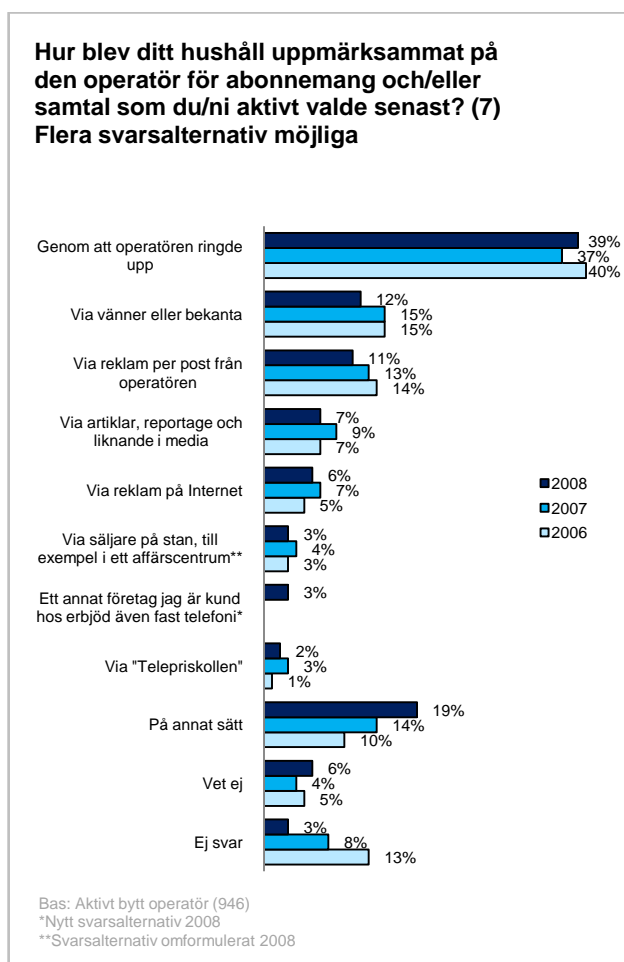


Diagram 10

Bytet blir oftast rätt

En majoritet av de som gjort ett byte av operatör för sitt fasta abonnemang upplever att allt blev rätt och att det gick snabbt att få bytet genomfört (65%). Däremot upplever nästan 1 av 10 (9%) att det blev rätt, men tycker att det tog lång tid att få bytet genomfört.

Andelen som upplevde någon typ av problem har ökat från tidigare år till 18% i årets undersökning. Den vanligaste orsaken är att det blev något fel och konsumenten fick själv kontakta operatören för att få bytet rätt (13%). Ett annat problem som ökat är att konsumenterna blivit utan telefon under en period, oavsett om de flyttat/bytt adress eller inte.

Notera vid jämförelser med tidigare år att frågan då ställts för abonnemangsoperatör och/eller samtalsoperatör.

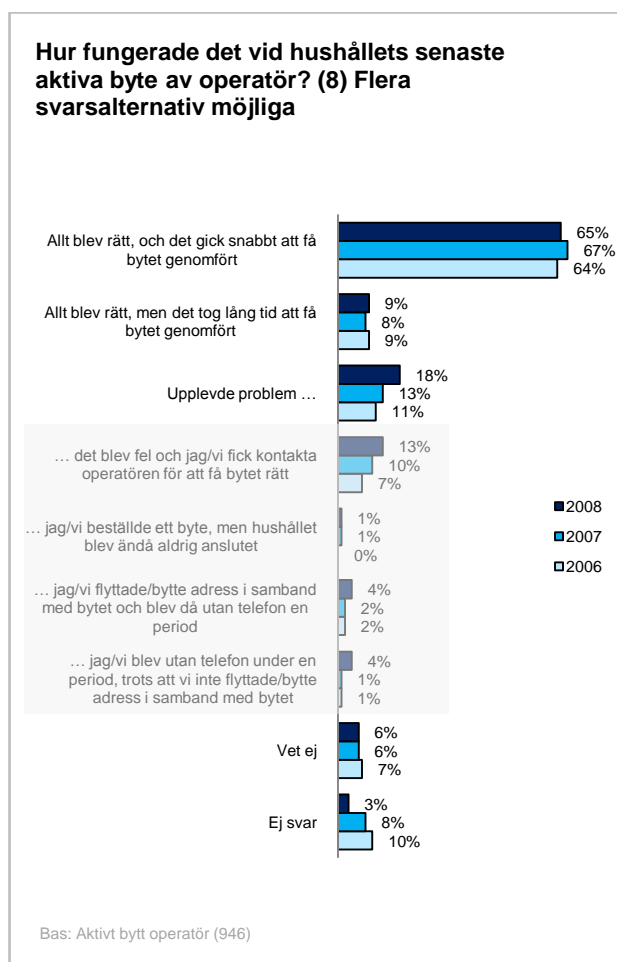


Diagram 11

Ofrivilliga byten sker fortfarande

Det är fortfarande ovanligt att hushållet ofrivilligt har bytt operatör för fast telefoni, det vill säga utan att han/hon har bett om det. Drygt 9 av 10 (91%) svarar Nej på frågan.

Däremot är det fortfarande en andel på 4% som har bytt trots att de sagt nej till ett erbjudande de fått, trots att de endast bett om information och trots att de överhuvudtaget inte haft någon kontakt med operatören. Problemet med att konsumenter ofrivilligt byter operatör, trots att de inte bett om det, är alltså oförändrat.

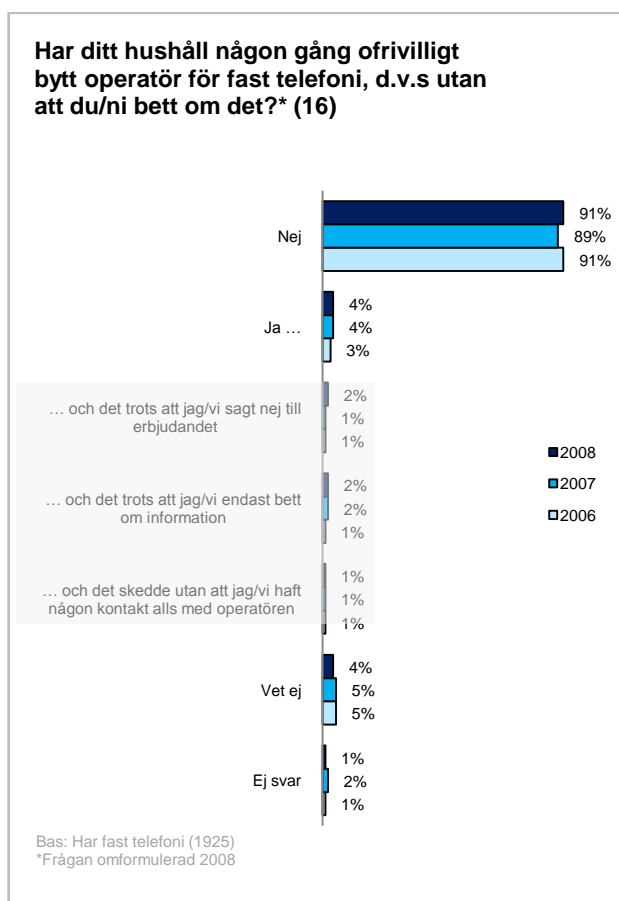


Diagram 12

Låg kännedom om avgifterna

Endast en tredjedel (34%) av svenska befolkningen känner till att hushållet har en öppningsavgift och vet dessutom om hur hög den är. Drygt 1 av 4 (26%) känner till att hushållet har en öppningsavgift, men vet däremot inte vad avgiften är. Vid kännedomsfrågor likt denna tenderar personer att överskatta sin kunskap, vilket medför att faktisk andel som känner till öppningsavgiften kan vara något lägre.

Nästan var femte (19%) person i Sverige som har fast telefoni känner inte till om hushållet har en öppningsavgift och vet inte heller vad det innebär.

Hela (58%), nästan 6 av 10, känner inte till vilket minutpris hushållet betalar för de fasta telefonisamtalen.



Diagram 13



Diagram 14

Användningsområden

En majoritet (61%) av befolkningen använder den fasta telefonen i hushållet både för att ringa fasta såväl som mobila samtal, det vill säga ett blandat beteende när det gäller användarmönster.

Däremot är det en relativt stor andel som huvudsakligen använder sin fasta telefon för att ringa andra fasta telefoner (22%) eller huvudsakligen för att ta emot samtal (14%). Det sistnämnda är mer av ett passivt användarbeteende av den fasta telefonen.

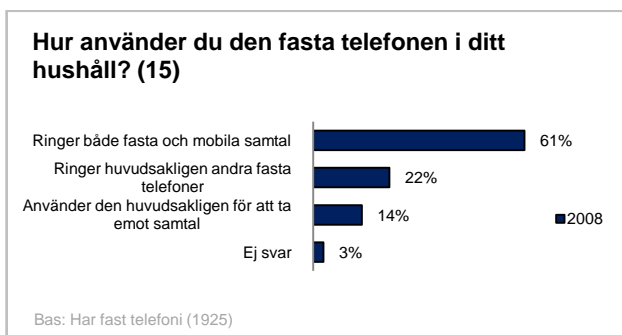


Diagram 15

Felanmälan

En övervägande majoritet (79%) har inte felanmält sin fasta telefon det senaste året. Av de 20% i Sverige som däremot gjort detta har den största andelen fått felet åtgärdat inom 3 dygn (12%). Av de som felanmält den fasta telefonen det senaste året har 40% IP-/bredbandstelefontelefoner.

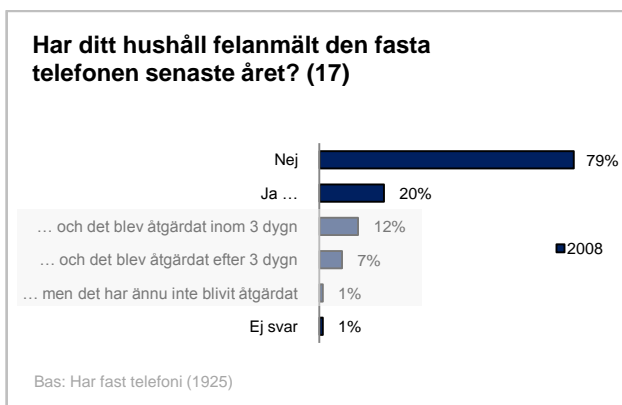


Diagram 16

Utlandssamtal

Ungefär hälften (51%) av de hushåll som har fast telefoni i hushållet ringer som vanligt vid utlandssamtal. Andelen har sjunkit gradvis sedan 2006, vilket talar för att konsumenterna betar sig på ett annat sätt i större utsträckning idag jämfört med tidigare år vid samtal som rings till utlandet. 7% anger att de använder sig av en annan typ av lösning och ringer från dator till dator (till exempel Skype).

Andelen som svarar att hushållet aldrig ringer utlandssamtal ökar i år till 37%. Detta kan bero på att det idag finns många andra sätt att kommunicera på som blir vanligare, till exempel chatt, messaging, bloggande eller att använda sig av Facebook med de kontaktytor som finns utanför Sveriges gränser.

Ett sätt som är betydligt ovanligare att använda är förbetalda telefonkort (3%).

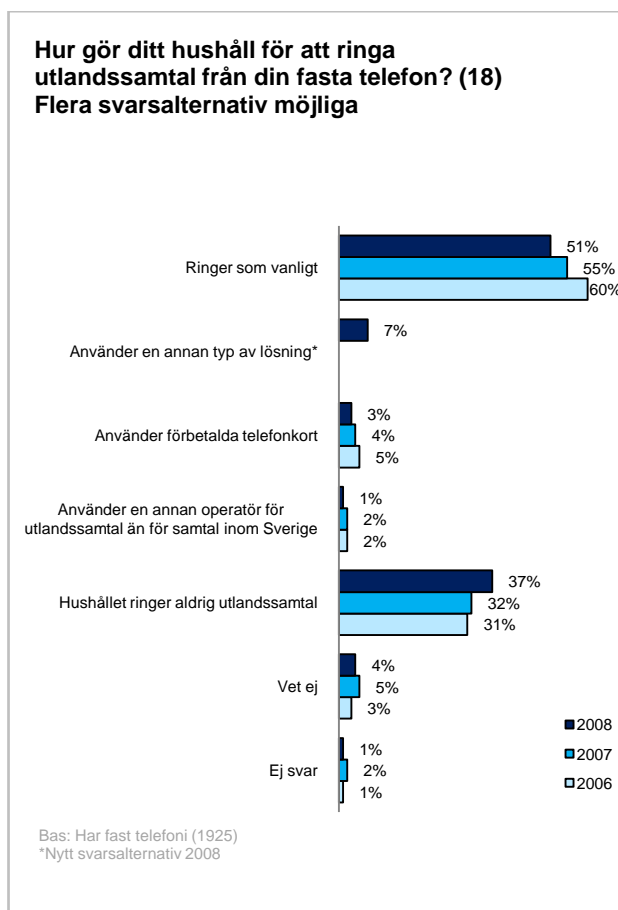


Diagram 17

Förbetalda telefonkort för utlandssamtal

Av de som använder förbetalda telefonkort för utlandssamtal har problemen ökat. I årets undersökning uppger 32% att de har haft problem, jämfört med 22% 2007. Konsumenterna upplever i högre utsträckning att de inte kunnat ringa för den tid de betalat för (24%) och/eller att det helt enkelt varit svårt att få telefonkorten att fungera.

Bland de som inte kunnat ringa för den tid de betalt för uppger dessutom 80% att de inte fått ersättning från operatören.

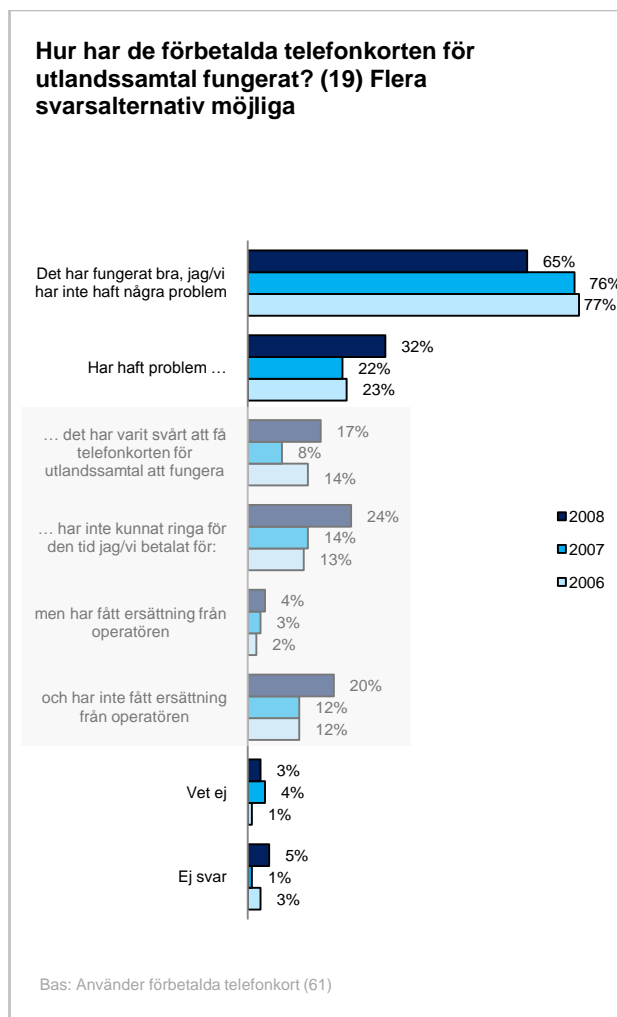


Diagram 18

IP-/BREDBANDSTELEFONI

Detta kapitel omfattar IP-/bredbandstelefonti och behandlar områden som användning, problem och byte från fast telefoni till IP-/bredbandstelefonti.

Användning och tillvägagångssätt

Andelen av den svenska befolkningen som använder IP-/bredbandstelefonti i hushållet har ökat från 20% tidigare år till 25% 2008.

Det är något vanligare att använda IP-/bredbandstelefonti bland de yngre, till exempel används lösningen av 32% av personer mellan 21-30 år jämfört med 17% mellan 61-75 år. Vidare är det något vanligare i storstäder (30%) jämfört med på glesbygden (23%).

Att ringa via det vanliga telefonjacket är det vanligaste tillvägagångssättet (10%), vilket också är en ökning från 2007 med 4 procentenheter.

En lägre andel 2008 (11%) säger att de kan ringa från andra platser än bostaden med hjälp av sin IP-/bredbandstelefonti jämfört med 2007 (16%).

Andelen som inte vet om abonnemanget medger att hushållet kan ringa från andra platser än bostaden har ökat till 48% i årets undersökning, vilket alltså nästan är hälften av de som använder sig av IP-/bredbandstelefonti i landet.

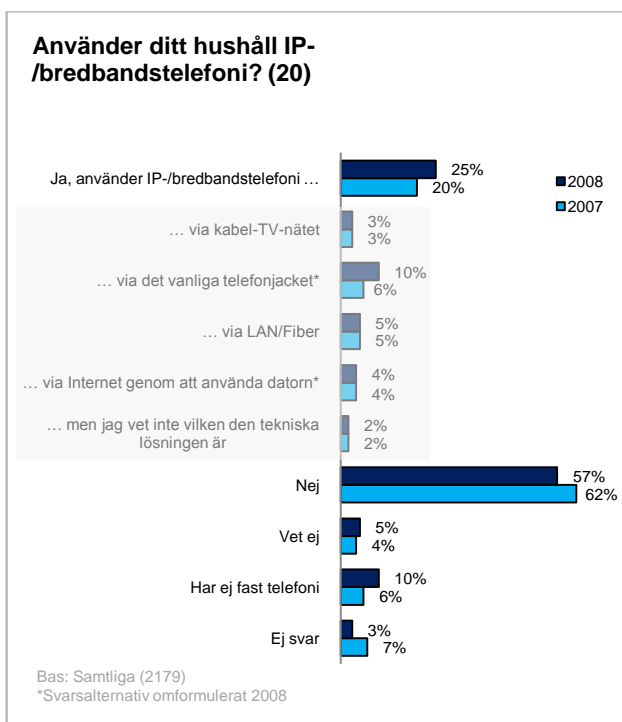


Diagram 19

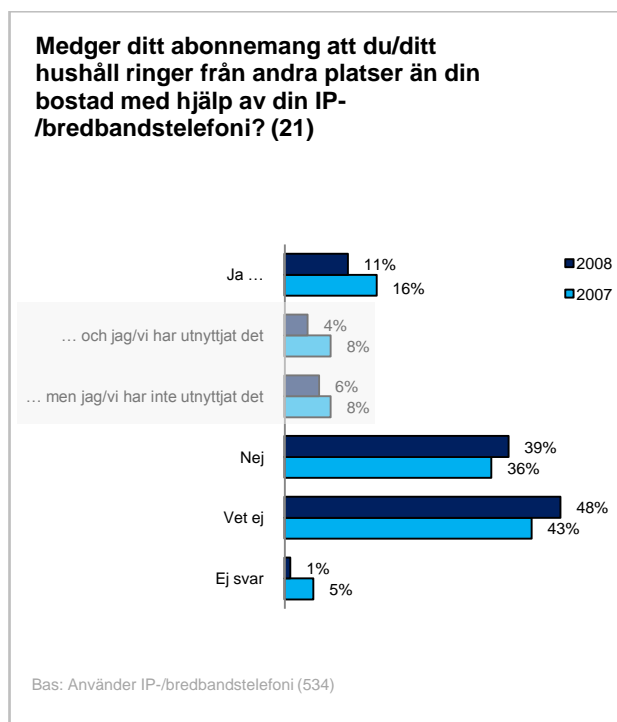


Diagram 20

Problem med IP-/bredbandstelefonti

Resultaten från årets undersökning visar inte på någon förändring vad gäller problem med IP-/bredbandstelefonti. Andelen hushåll som upplever problem är 45%, där svag ljudkvalitet och/eller att det inte går att ringa ut (får ej uppkopplingston) är de vanligaste problemen (23% vardera).

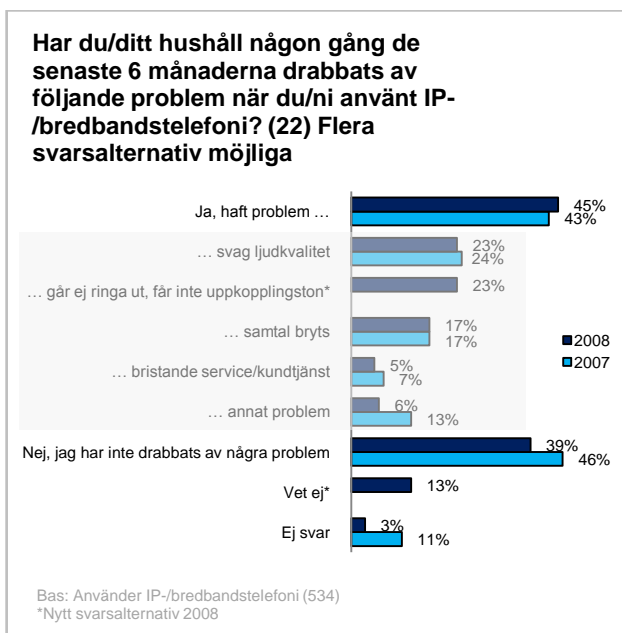


Diagram 21

Av de som drabbats av problem är det vanligast att det sker mer sällan än en gång i månaden (39%). 5% uppger emellertid att de drabbas av problem varje dag och 13% ungefär en gång i veckan.

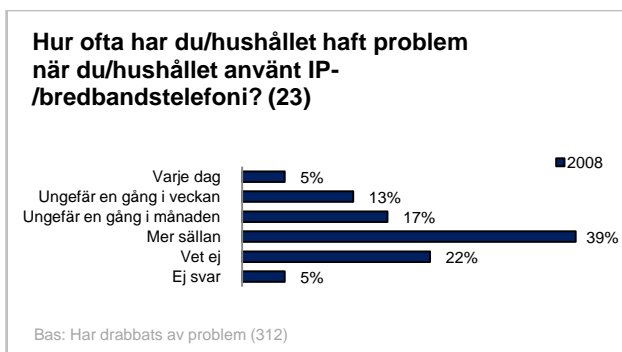


Diagram 22

Byte från fast telefoni till IP-/bredbandstelefonti

Ungefär var tredje person i Sverige (33%) kan tänka sig att byta sin traditionella fasta telefoni i hemmet till IP-/bredbandstelefonti. Var tionde (10%) har redan gjort detta.

De som kan tänka sig att byta är främst personer i medelåldern (31-50 år) och de som redan gjort bytet är främst de yngre (21-30 år).

Av de som inte kan tänka sig att byta är det vanligast skälet att hushållet vill ha kvar den traditionella fasta telefonen (18%). Det är som väntat främst de äldre (61-75 år) som i störst utsträckning anger detta som skäl.

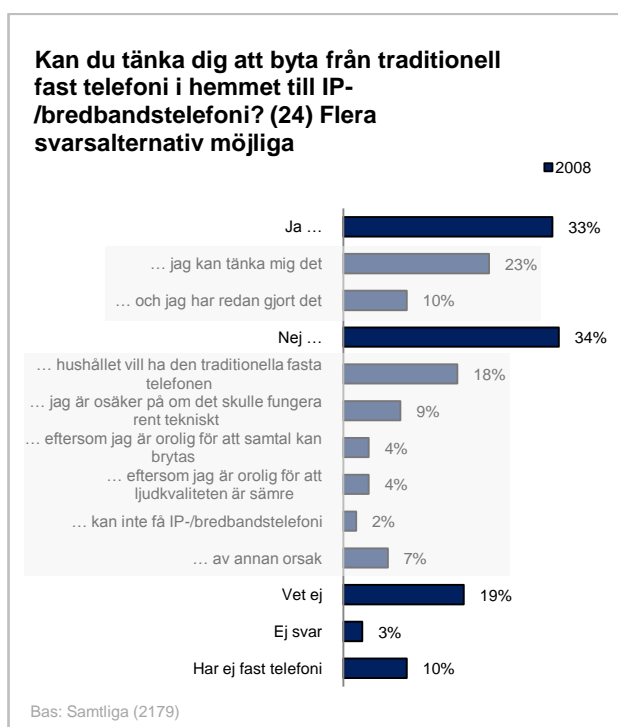


Diagram 23

MOBILTELEFONI

Detta kapitel omfattar mobiltelefoni och behandlar områden som användning, betalningsform, val och utvärdering av operatör, byte av operatör, avgifter och användningsområden.

Mobiltelefonianvändning

94% av den svenska befolkningen använder mobiltelefon för privat bruk. En klar majoritet av hushållen (81%) betalar för mobiltelefonen själva. 13% får mobiltelefonin betalad, helt eller delvis, till exempel av arbetsgivaren. Det är vanligare att män (19%) jämfört med kvinnor (8%) får mobiltelefonen helt eller delvis betalad på detta sätt, och även vanligare i storstäder (18%) jämfört med på glesbygden (10%).

Endast 2% uppger att de inte använder mobiltelefon för privat bruk. Ytterligare 2% äger inte någon mobiltelefon, något som är vanligast i åldersgruppen 61-75 år, där 6% uppger att de inte har någon mobiltelefon.

Totalt sett är mobiltelefonpenetrationen 96% i Sverige, oavsett om det är för privat bruk eller via till exempel arbetet (94% använder mobiltelefon privat samt 2% använder mobiltelefon, men inte för privat bruk). Motsvarande andel av den svenska befolkningen som använder mobiltelefon var förra året 94% och år 2006 92%. Tidigare år har frågan emellertid varit något annorlunda ställd och är därmed inte direkt jämförbar (se Diagram 25).

I ett internationellt perspektiv ser vi att andelen som har mobiltelefon också ökar över tid. Andelen hushåll med mobiltelefoni i EU-länderna är 2008 83%, vilket är en uppgång med 3 procentenheter från 2006 då andelen var 80%.³

³ Källa: "TNS E-Communications Household Survey"; June 2008.

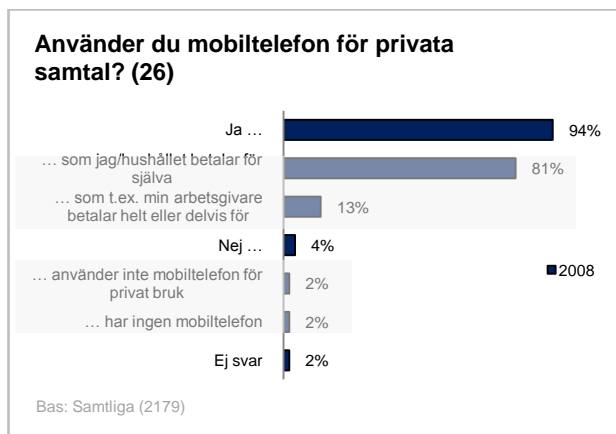


Diagram 24

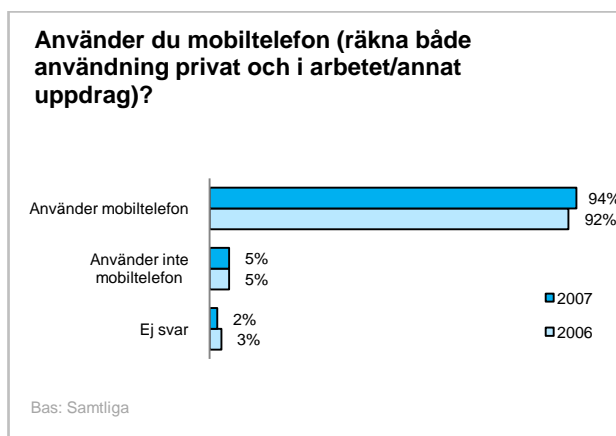


Diagram 25

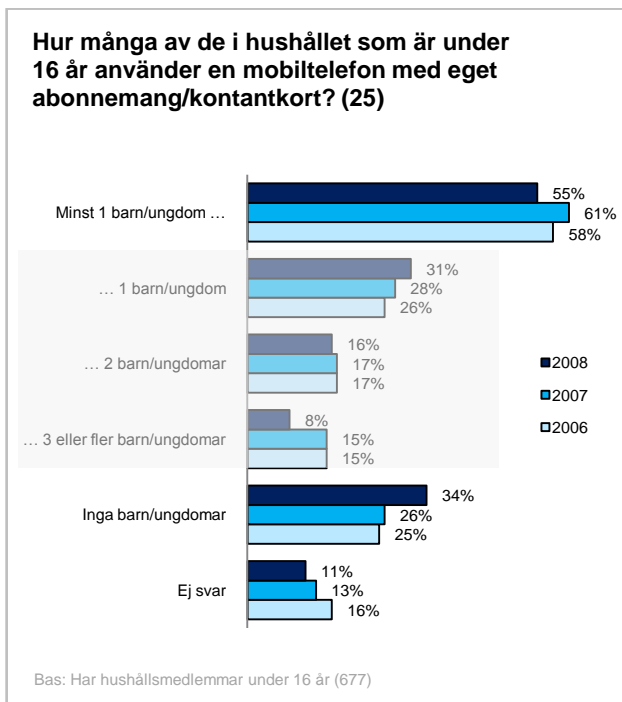


Diagram 26

Bland de hushåll som har barn/ungdomar under 16 år uppger 55% att minst 1 barn/ungdomar använder en mobiltelefon med eget abonnemang/kontantkort. Detta är en minskning med 6% jämfört med 2007 och minskningen ligger framförallt bland de hushåll där 3 eller fler barn/ungdomar använder mobiltelefon, där andelen har minskat med 7 procentenheter.

9 av 10 (89%) som använder mobiltelefonen för privat bruk uppger att de har ett eller flera abonnemang som betalas helt av någon i hushållet. Ungefär en tredjedel (37%) har flera privata abonnemang, vilket är oförändrat från tidigare år.

Nästan 3 av 10 (29%) av de som använder mobiltelefonen för privat bruk har ett eller flera abonnemang som arbetsgivare eller liknande betalar helt/delvis. Här är det betydligt vanligare att endast ha ett abonnemang, vilket 86% uppger.

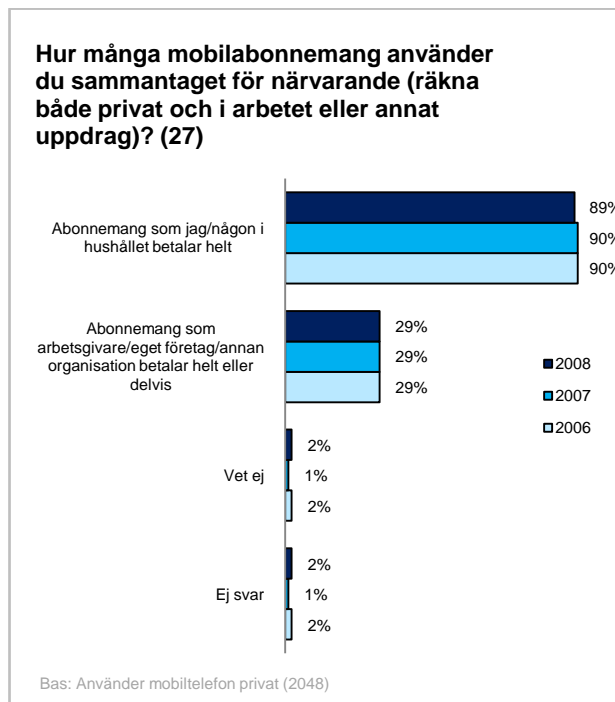


Diagram 27

Nästan hälften av befolkningen i Sverige (49%) kan inte tänka sig att avstå från sin fasta telefon och enbart använda mobiltelefon (se Diagram 29 på nästa sida). Den vanligaste orsaken till detta är att hushållet behöver eller vill ha den fasta telefonen kvar (förra året inkluderade påståendet endast "behöver"). Det är tydligt att andras behov och åsikter vägs in i svaret. Det visar sig även i år att det är vanligt att hänsyn tas till andra än det egna hushållet då 14% anger att de fasta telefonen inte kan avstås på grund av de som ringer till hushållet.

Vidare är ett vanligt skäl att inte vilja avstå från den fasta telefonen på grund av att individerna har bredbandsanslutningen via det fasta nätet (12%). Detta är en ökning från tidigare år, vilket kan bero på att fler har bredbandsanslutning, men även att svarsalternativet är omformulerat och var tidigare år På grund av att jag har xDSL.

Andelen som uppger att de kan tänka sig att avstå den fasta telefonen och endast använda mobiltelefonen i fortsättningen är 40%. Den vanligaste förutsättningen är om priset på mobiltelefoni är lägre än för fast telefoni (23%). Andelen har sjunkit från tidigare år. Noteras kan att tidigare har påståendet varit formulerat enligt Ja, men endast om priset på mobiltelefoni är på samma nivå eller lägre än priserna för fast telefoni.

9% av befolkningen har redan tagit beslutet att avstå från den fasta telefonen i hushållet och använder idag endast mobiltelefonen. Detta är en ökning jämfört med 2007. Vidare är det vanligare bland yngre personer att idag endast använda mobiltelefonen och avstå från den fasta telefonen. I gruppen 21-30 år har 25% endast mobiltelefon.

Förändringarna över tid bör tolkas med viss försiktighet eftersom ett antal påståenden är något omformulerade, men även på grund av ett nytt svarsalternativ för året. Andelen som ej svarat på frågan har dessutom sjunkit med 5 procentenheter sedan 2007.

Betalningsform på abonnemang

Totalt uppger 60% att de som använder mobiltelefonen för privat bruk att de har ett traditionellt abonnemang, medan 35% uppger att de använder sig av ett förbetalt kontantkort. Det är vanligare med kontantkort i de yngre åldrarna (16-20 år) där andelen är 46% samt i de äldre åldrarna (61-75 år) där andelen är 51%.

Bland de hushåll som betalar själva för abonnemanget är andelarna mellan abonnemang och kontantkort oförändrade. Bland de hushåll vars till exempel arbetsgivare betalar abonnemanget har andelen med förbetalt kontantkort ökat 9 procentenheter. Andelen är högst bland de som jobbar inom stat/kommun. Notera att antalet som inte betalar för abonnemanget är få totalt sett. 57% av de hushåll som själva betalar abonnemanget uppger att de har ett traditionellt abonnemang, medan 39% uppger att de använder sig av ett förbetalt kontantkort.

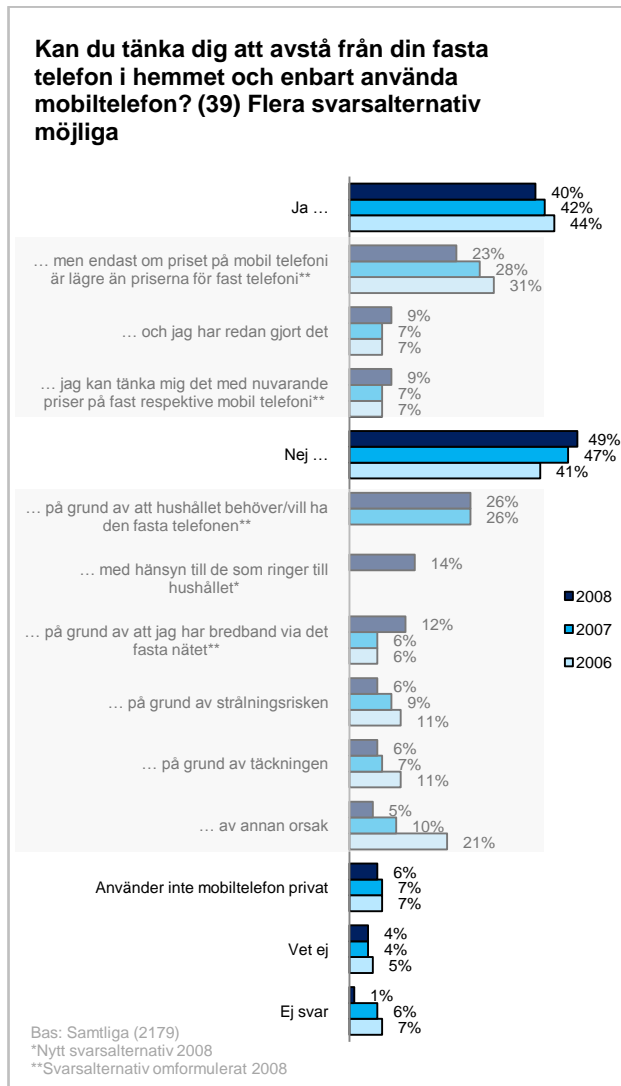


Diagram 29

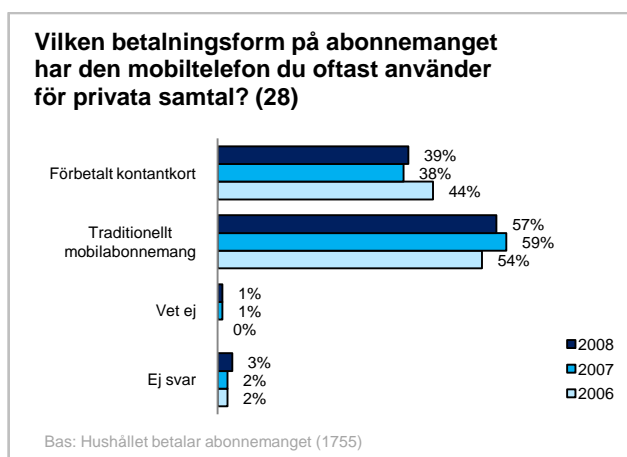


Diagram 28

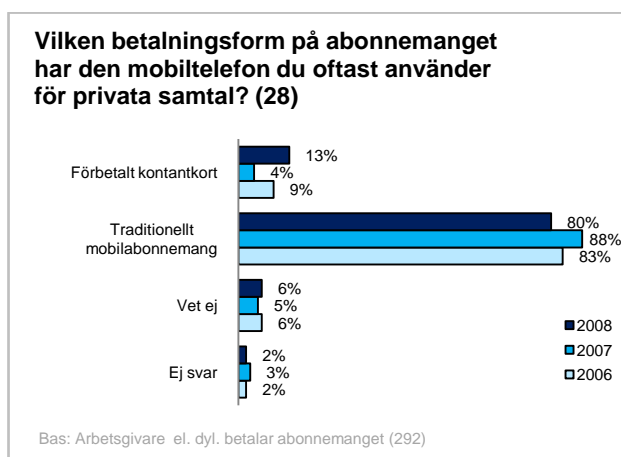


Diagram 30

Nuvarande och tidigare operatör

Den största aktören på mobiltelefonimarknaden bland de som använder telefonen för privat bruk är fortfarande Telia Sonera (39%), följt av Tele2/Comviq (25%) och Telenor (16%).

Telia Sonera tappar emellertid i jämförelse med tidigare år, från 43% till 39%, medan Tele2/Comviq stärker sin position från 22% förra året till 25% i år.

Telia Sonera är betydligt vanligare som mobiloperatör på glesbygden med en andel på 63%, men även bland den äldre åldersgruppen 61-75 år där 52% har valt operatören. Tele2/Comviq är störst bland åldersgrupperna 16-20 år (32%) och 21-30 år (36%) samt den vanligaste mobiloperatören i storstäder (40%).

Resultaten i tabellen nedan visar att de tre största operatörerna i hög utsträckning byter mobilkunder med varandra. Av de som tidigare haft en annan operatör har en stor andel bytt till Tele2/Comviq eller Telia Sonera. Resultaten förra året visade på ett liknande mönster.

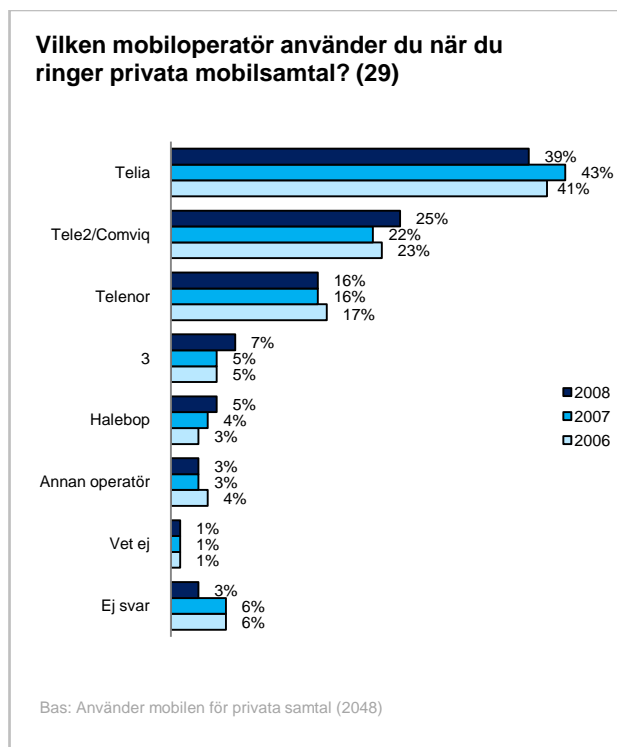


Diagram 31

Nuvarande mobiloperatör	Tidigare mobiloperatör			
	Telia Sonera	Tele2/Comviq	Telenor	Annan operatör
	(n=166)	(n=179)	(n=116)	(n=113)
Telia Sonera	-	35 (36)	41 (35)	31 (33)
Tele2/Comviq	30 (31)	-	35 (30)	38 (27)
Telenor	27 (28)	28 (32)	-	18 (17)
3	12 (9)	23 (15)	20 (20)	4 (4)
Halebop	23 (16)	6 (4)	2 (7)	5 (6)
Annan operatör	9 (10)	8 (7)	3 (6)	4 (4)
Vet ej	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (1)
Ej svar	0 (6)	0 (5)	0 (3)	0 (8)
Totalt	100	100	100	100

Tabell 7: Nuvarande mobiloperatör uppdelat efter tidigare mobiloperatör (%). Bas: Har bytt mobiloperatör (574)

Utvärdering av nuvarande operatör

I nästa del fick respondenterna ta ställning till ett antal påståenden kring sin nuvarande huvudsakliga mobiloperatör. Överlag visar resultaten på små förändringar, men andelen som instämmer i att deras mobiloperatör *erbjuder en fast avgift/ett fast pris att ringa för* har ökat från 25% till 38%. Detta ligger väl i linje med vad operatörerna har kommunicerat under det senaste året och vad som allt oftare erbjuds.

Andelen som är *sammantaget nöjd* med sin mobiloperatör har sjunkit till 71% från 74% vid 2007 års undersökning.

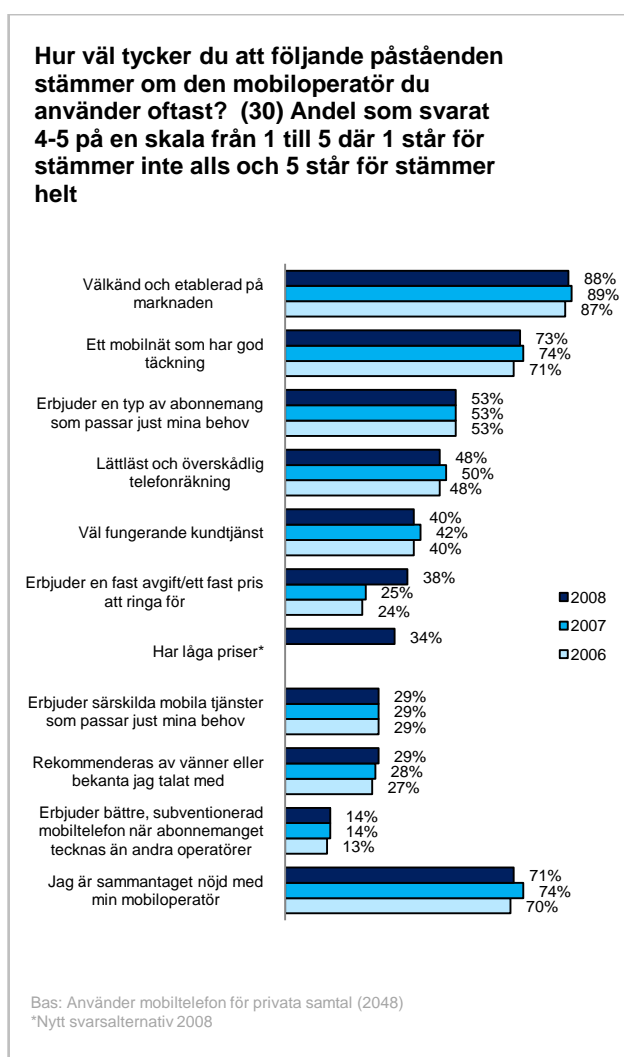


Diagram 32

I tabellen på nästa sida visas de största mobiloperatörernas kunder och i vilken utsträckning de instämmer till påståendena.

Telia Soneras mobilkunder kännetecknar sin operatör, föga överraskande, i stor utsträckning med att de *är välkända, etablerade och har god täckning*. Däremot upplevs de inte alls av de egna kunderna som en operatör som *erbjuder låga priser*. Däremot har andelen som anser att de *erbjuder en fast avgift/ett fast pris att ringa för* ökat med 12 procentenheter (från 17% till 29%).

Kunderna till Tele2/Comviq kännetecknar också de sin operatör som *välkänd och etablerad* i hög grad. Precis som för Telia Soneras kunder, upplever även Tele2/Comviqs att deras egen operatör mer kännetecknas av att *erbjuda en fast avgift/ett fast pris att ringa för* än tidigare år. Andelen som instämmer till detta påstående har ökat från 27% till hela 43%. En förbättring har även skett bland de egna kunderna till påståendet att Tele2/Comviq *erbjuder särskilda mobila tjänster som passar just deras behov*. Andelen som instämmer har ökat från 25% till 33%.

Telenors kunder instämmer även de i hög utsträckning att deras operatör kännetecknas som *en välkänd och etablerad aktör på marknaden*. Däremot är det en låg andel av Telenors kunder som instämmer till påståendet att operatören *rekommenderas av vänner/bekanta*.

3 kännetecknas av att de egna kunderna i hög utsträckning upplever att operatören är *välkänd och etablerad* samt *erbjuder ett abonnemang som passar just dem*. I jämförelse med de övriga större mobilaktörerna är det en stor andel egna kunder som även instämmer till att *3 erbjuder bättre, subventionerade telefoner när abonnemanget tecknas* (37%).

Högst andel kunder som instämmer till att de är *sammantaget nöjda* med sin mobiloperatör har Telias, Tele2/Comviqs och 3s kunder (72-73%). Telenors kunder har lägst andel nöjda kunder bland de stora operatörerna (64%).

	Telia Sonera (n=796)	Tele2/ Comviq (n=520)	Telenor (n=336)	3 (n=140)	Övriga (n=255)
Välkänd och etablerad på marknaden	94 (92)	91 (89)	88 (87)	90 (90)	60 (75)
Ett mobilnät som har god täckning	87 (88)	61 (62)	62 (57)	60 (68)	69 (80)
Erbjuder en typ av abonnemang som passar just mina behov	50 (49)	62 (59)	43 (48)	67 (68)	50 (62)
Lättläst och överskådlig telefonräkning	46 (50)	49 (47)	51 (54)	59 (70)	38 (41)
Väl fungerande kundtjänst	37 (40)	40 (41)	46 (51)	55 (53)	17 (38)
Erbjuder en fast avgift/ett fast pris att ringa för	29 (17)	43 (27)	45 (44)	56 (41)	37 (18)
Har låga priser*	18	52	23	50	48
Erbjuder särskilda mobila tjänster som passar just mina behov	27 (28)	33 (25)	23 (29)	41 (53)	33 (37)
Rekommenderas av vänner eller bekanta jag talat med	24 (23)	35 (38)	19 (21)	48 (49)	35 (38)
Erbjuder bättre, subventionerad mobiltelefon när abonnemanget tecknas än andra operatörer	9 (10)	15 (14)	15 (20)	37 (27)	13 (14)
Jag är sammantaget nöjd med min mobiloperatör	73 (76)	73 (74)	64 (64)	72 (78)	69 (85)

Tabell 8: Andel som svarat 4 eller 5 i påståenden om sin huvudsakliga mobiloperatör på en skala från 1-5, där 1 står för stämmer inte alls och 5 står för stämmer helt (%). Bas: Använder mobiltelefon för privata samtal (2048)

Byte av operatör

Var tredje (32%) som använder mobiltelefonen för privata samtal har någon gång bytt operatör. Vanligast är det bland de yngre att någon gång bytt operatör, mellan 21-30 år är andelen 47%.

Frågan är omformulerad i årets undersökning, tidigare genomföranden ställdes den "Har du bytt operatör för det mobilabonnemang du oftast använder för privata samtal under de senaste 6 månaderna?" och är därför begränsad i sin jämförelse över tid. Däremot visar resultaten att det är lägre andel i år som bytt de senaste 6 månaderna (5%) jämfört med tidigare år (9%). Majoriteten har bytt för mer än 12 månader sedan (22%).

De som någon gång bytt mobiloperatör fick sedan en fråga kring varför de bytt (se Diagram 34 på nästa sida). Resultaten visar att det vanligaste skälet är att få lägre kostnader (38%). Tidigare år fanns möjlighet till flera svarsalternativ på denna fråga. Resultaten visade 2007 att de vanligaste skälen till operatörsbytet var för att få lägre priser generellt (37%) följt av för att få ett lägre pris på samtal till samma operatör (36%). Detta tyder på att kostnader fortfarande är ett viktigt skäl till att byta, i likhet med den fasta telefonin (fråga 9).

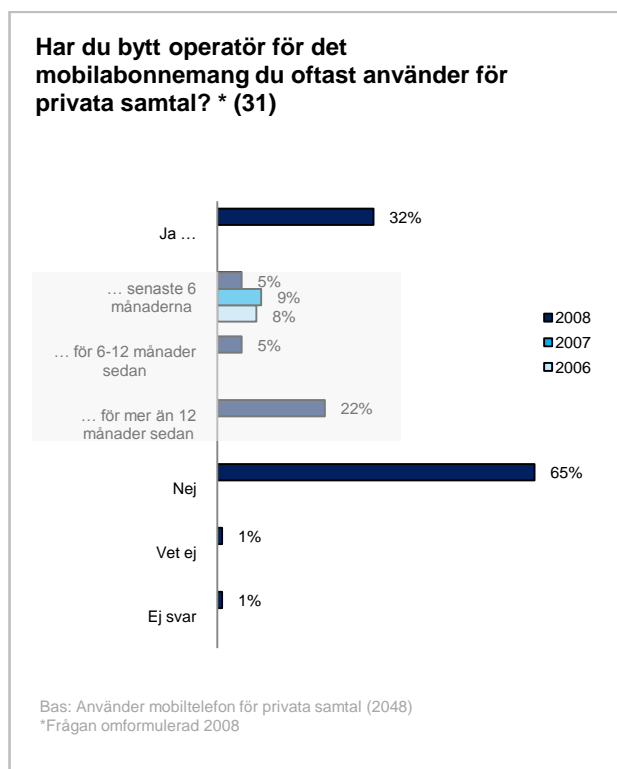


Diagram 33

Det näst vanligaste skälet till att byta operatör är ett erbjudande om en ny telefon (22%). Även detta var ett vanligt bytesskäl förra året då 31% angav detta. Vidare kan nämnas att argumentet för att få bättre täckning, som 11% anger som bytesskäl i år, även var vanligt förra året då 25% angav detta. 5% anger att det huvudsakliga skälet till att de bytt mobiloperatör berodde på missnöje med den de hade tidigare.

De som inte har bytt mobiloperatör fick en fråga om det finns några särskilda skäl till detta. Denna fråga har varit med i tidigare års undersökningar, men kan inte heller direkt jämföras då den varit begränsad till byte senaste 6 månaderna.

Nästan 9 av 10 (89%) anger att det finns särskilda skäl till att de inte har bytt mobiloperatör. Den klart vanligast orsaken är att de är nöjda med den operatör som de redan har (61%). Vid en försiktig jämförelse med tidigare år (där jämförelsen görs med vetskapen att byte åtminstone inte skett under de senast halvåret), visar skälen också på detta. 60% angav 2007 att de också var nöjda med den operatör de hade då. Detsamma gäller det näst vanligaste skälet i årets undersökning där 23% anger att de använder mobiltelefonen så pass lite att ett byte inte är någon idé. 20% gav detta som skäl i 2007 års undersökning.

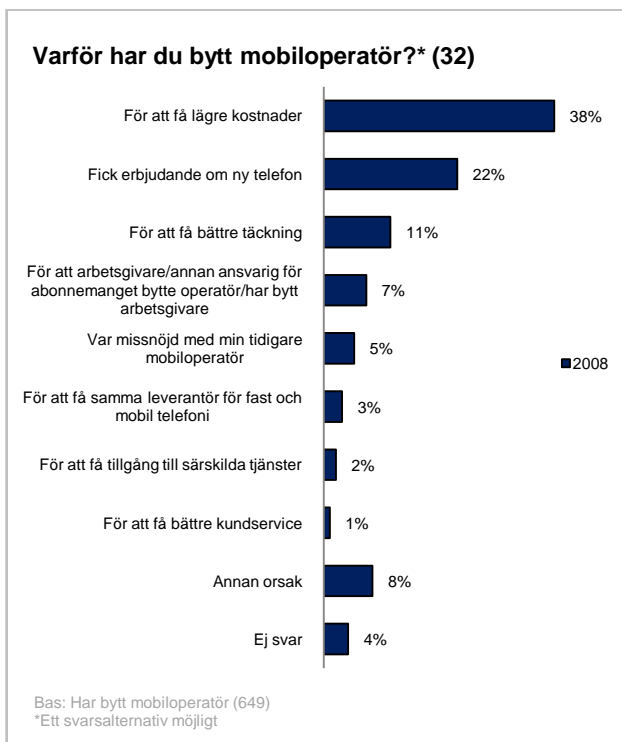


Diagram 34

Det tredje vanligaste skälet till att inte byta mobiloperatör är att vilja ha samma operatör som andra i sitt nära nätverk (som man ofta ringer till), 16% valde detta alternativ. Förra året var motsvarande andel 15%.

14% anser inte att det är värt besväret att byta. Skälet kan delvis hänga samman med mobilanvändningen är låg och/eller att dessa individer helt enkelt nöjer sig med det man har.

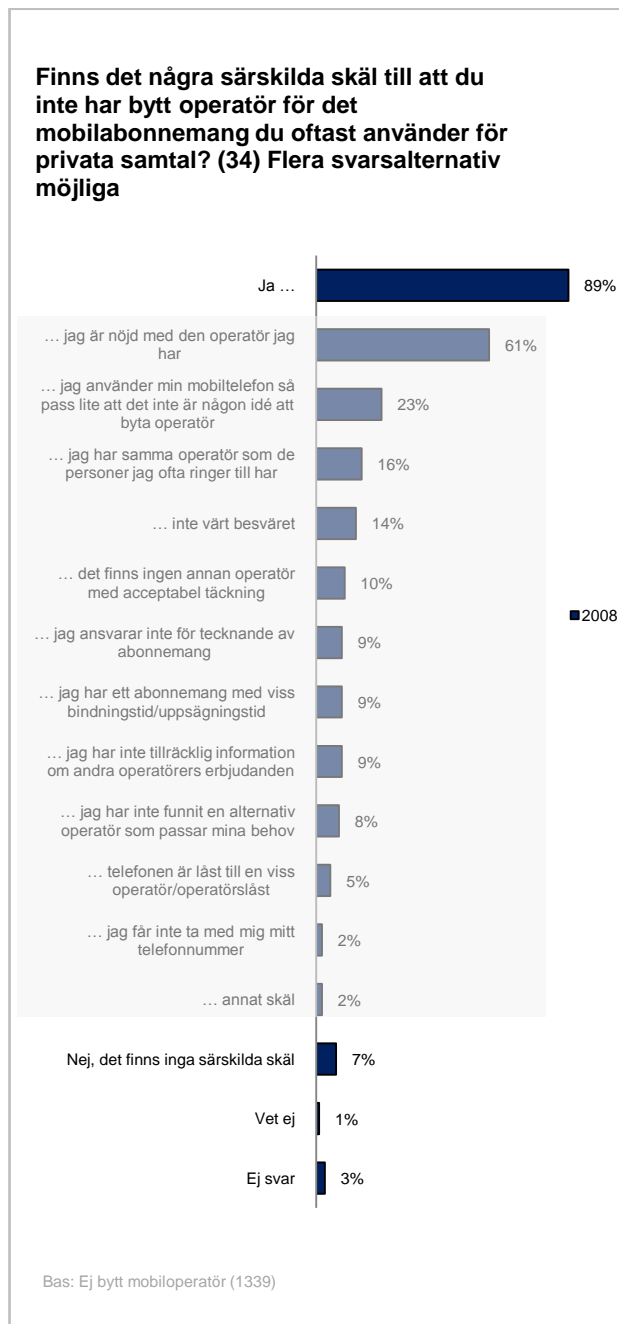


Diagram 35

Av de som bytt mobiloperatör under de senaste 6 månaderna har det fungerat utan problem för nästan 7 av 10 (69%). Detta är tyvärr ingen signifikant förbättring vid en jämförelse med tidigare års undersökning då andelen var 64%.

En liten andel på 2% anger att det inte var möjligt att ta med sig telefonnumret till den nuvarande mobiloperatören.

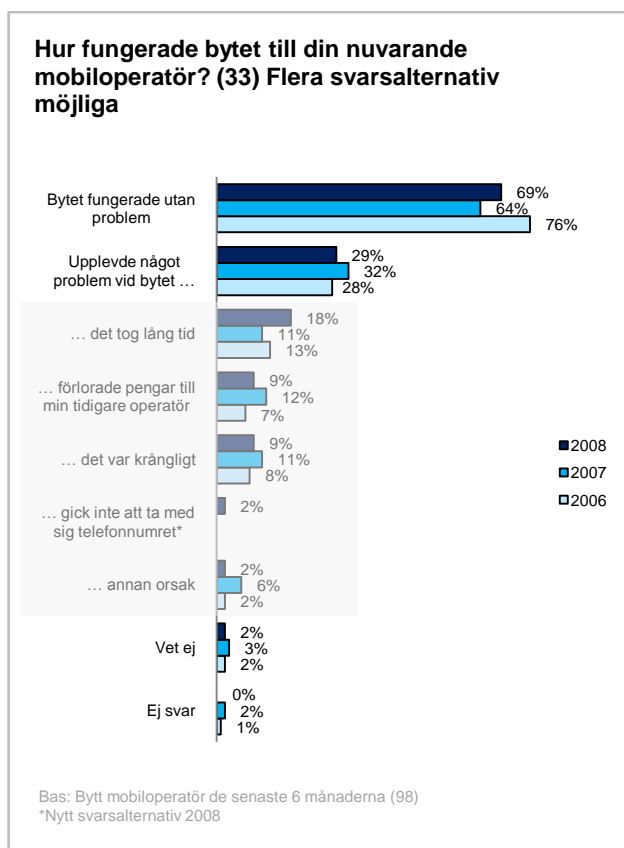


Diagram 36

Andelen som bytt abonnemangsform hos samma operatör är oförändrad jämfört med förra året. Det är 13% av de som använder mobiltelefon för privat bruk som uppger att de gjort ett byte som alltså till exempel kan innefatta fördelaktiga priser på olika tider/dagar eller lägre priser till andra med samma operatör. Däremot är det fortfarande en majoritet (82%) som sitter kvar på samma form av abonnemang sedan minst 6 månader tillbaka i tiden.

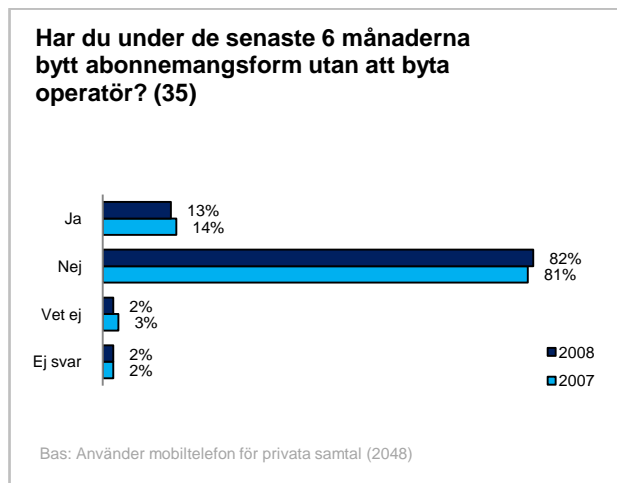


Diagram 37

De respondenter som gjort ett abonnemangsformsbyte under de senaste 6 månaderna fick en följdfråga som är ny i undersökningen, nämligen varför de har bytt. Ett huvudsakligt skäl är för att få lägre kostnader, vilket drygt 7 av 10 nämner (72%). Det näst vanligaste skälet till att byta abonnemangsform hos sin mobiloperatör är för att en ny telefon har erbjudits. (29%).

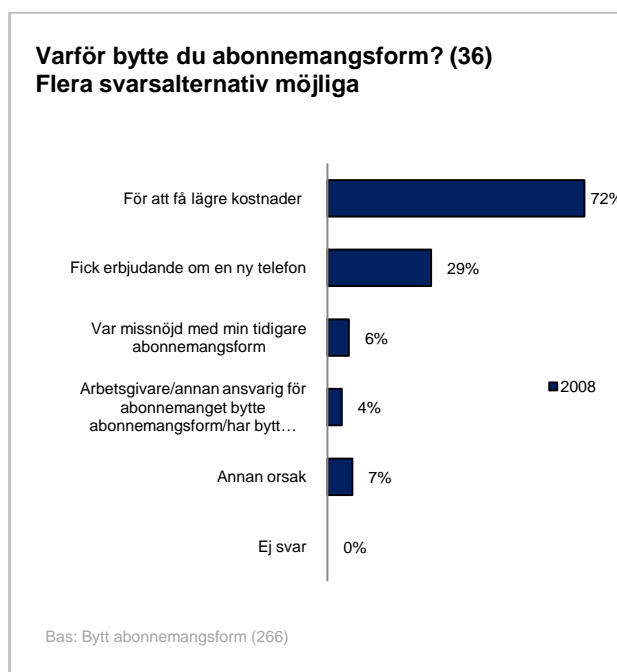


Diagram 38

Användning av innehållstjänster

En majoritet (66%) av alla som använder mobiltelefonen för privat bruk har under de senaste 6 månaderna använt någon, eller några, av de mobila innehållstjänster som finns tillgängliga. Användandet är oförändrat jämfört med 2007. Det är ovanligare att använda sig av någon innehållstjänst bland de äldre (61-75 år) där var tredje (33%) använt någon tjänst senaste halvåret.

Det är fortsatt vanligast att ha sänt och/eller tagit emot bilder (MMS) med mobiltelefonen, vilket ungefär hälften (51%) har använt sig av de senaste 6 månaderna. Näst vanligast är påminnelsetjänst (till exempel från tandläkare eller läkare) vilket var fjärde (26%) anger. Tredje vanligast är att ha surfat på/med mobiltelefonen som 25% uppger.

Svarsalternativet kring surfande på/med mobilen är inte direkt jämförbar med förra årets undersökning då det i år är omformulerat från två alternativ till ett. Därför är dessa inte inkluderade i diagrammet nedan. Tidigare år var emellertid svarsalternativen och andelarna som använt sig innehållstjänsterna 19% för surfat på vanlig Internet respektive 13% för surfat på textbaserad Internet (wappat). En tolkning är dock att andelen ökat något i år.

Precis som förra året känner de flesta som inte använder innehållstjänsterna ändå till att de finns (27%).

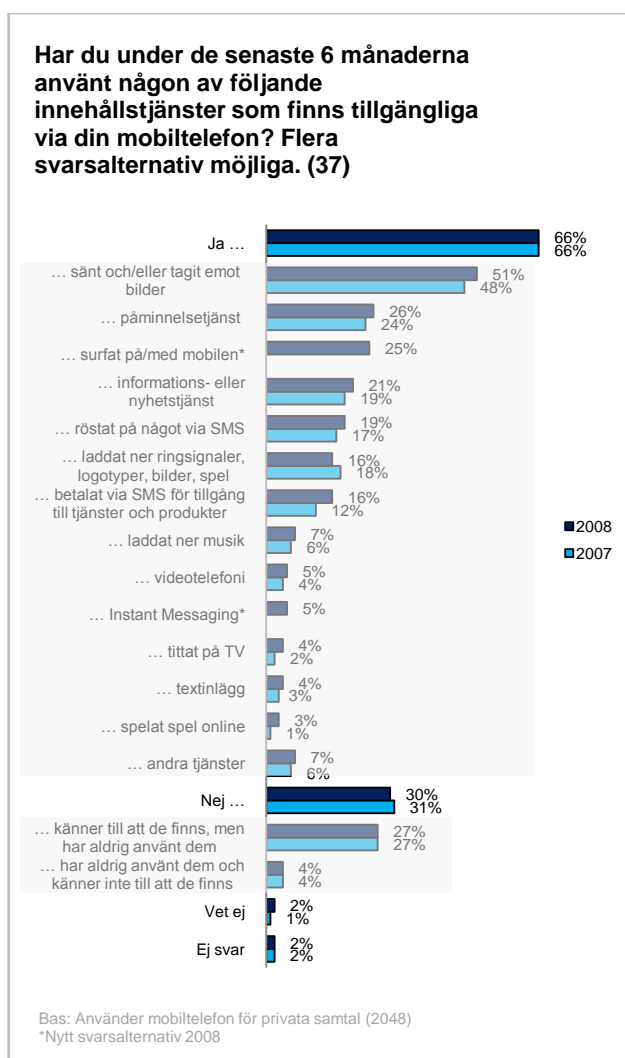


Diagram 39

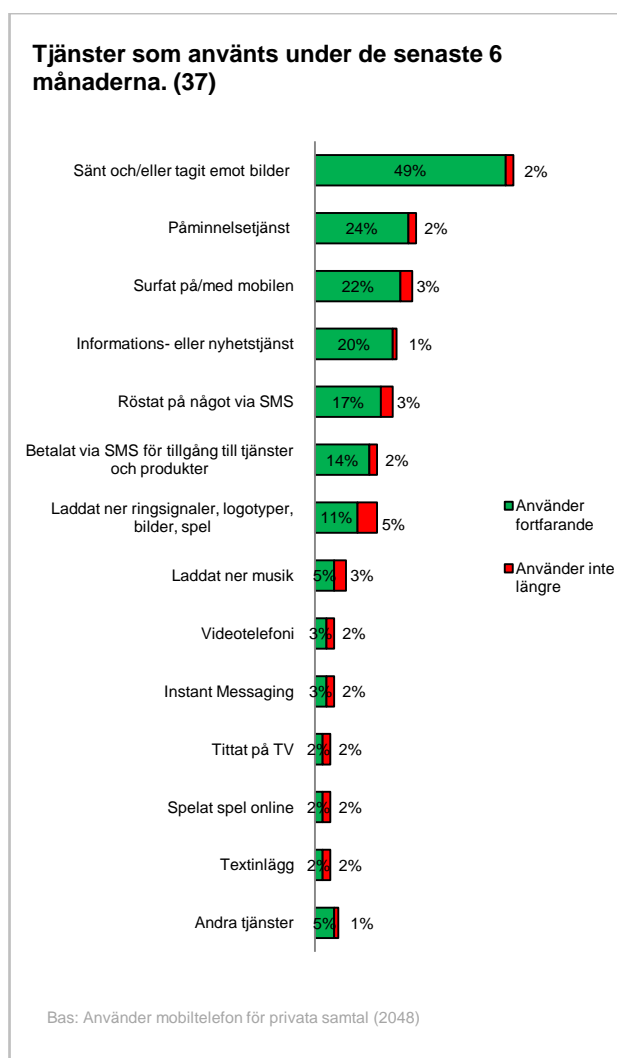


Diagram 40

I årets undersökning har frågan delats upp för att kunna studera andelar som fortfarande använder respektive inte längre använder innehållstjänsterna (se Diagram 40 på föregående sida).

Majoriteten använder fortfarande de tjänster de använt under de senaste 6 månaderna, enda undantaget är laddat ner ringsignaler, logotyper, bilder eller spel som 16% uppgav att de har använt, men knappt en tredjedel av dessa inte använder längre.

SMS och MMS

Andelen som skickar SMS av den svenska befolkningen har intensifierats, d.v.s. personer som redan använder sig av SMS gör det oftare. Det är framförallt andelen som skickar fler än 10 SMS per dag som har ökat från 3% förra året till 7% i år. Här är åldersgruppen 16-20 år höganvändare där hela 32% skickar fler än 10 SMS per dag.

Som en konsekvens av ökningen i frekvensen när det gäller skickandet av SMS har andelen som skickar mer sällan än en gång i veckan sjunkit från 29% till 23%.

Däremot är andelen som aldrig skickar SMS oförändrad jämfört med 2007. Var tionde person (10%) uppger fortsatt att de inte använder sig av SMS.

Frågan kring hur ofta respondenterna skickar MMS har i år ändrats till att innehålla samma svarsalternativ som för SMS och inkluderats i samma fråga. Olyckligtvis är andelen på delfrågan som ej svarat 20%, vilket gör den svårare att direkt jämföra. Hypotesen är att respondenterna helt enkelt missat att svara på frågan i den postala enkäten.

Genom att studera resultaten endast bland de som besvarat frågan (det vill säga exklusive ej svarande), visar undersökningen på ett ökat MMS-beteende bland de som skickar MMS åtminstone någon gång. Andelen har då ökat från 52% 2007 till 60% i årets undersökning.

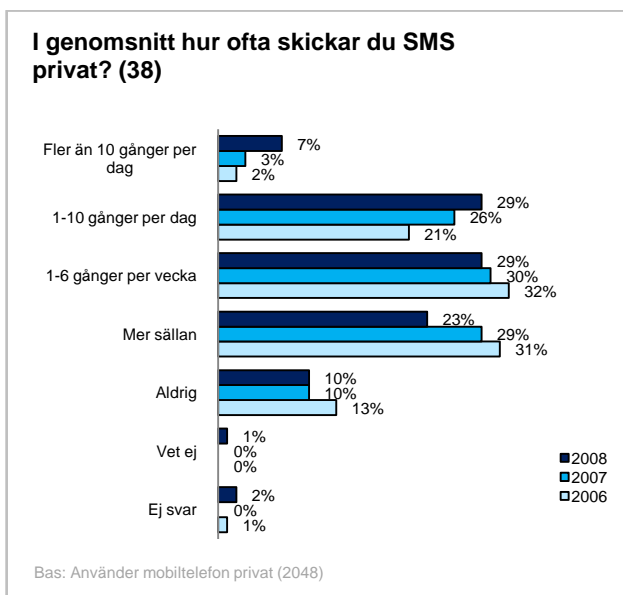


Diagram 41

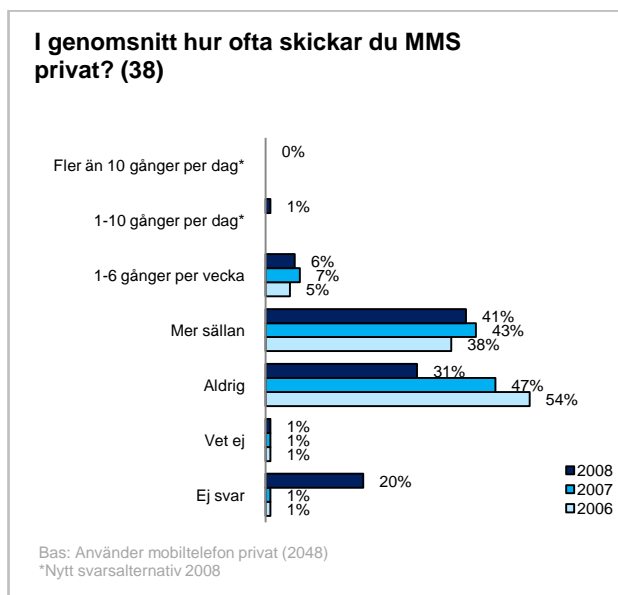


Diagram 42

Avgifter

70%, alltså 7 av 10, bland de som använder mobiltelefonen för privat bruk känner till att de har en öppningsavgift för sina mobilsamtal.

Nära hälften (45%) påstår sig veta vad öppningsavgiften är. Värt att nämna är att personer generellt har en tendens att överskatta sin kunskap i kännedomfrågor av detta slag. Den faktiska andelen kan vara något lägre.

En relativt stor andel (14%) svarar att de varken känner till om de har en öppningsavgift knutet till samtal med mobiltelefonen eller känner till vad det innebär.

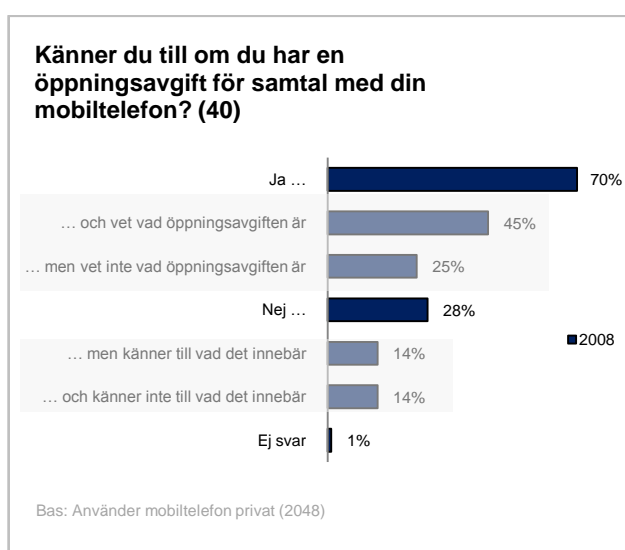


Diagram 43

En anmärkningsvärt stor andel (71%) som använder sin mobiltelefon för privat bruk känner inte till vilket debiteringsintervall de har för samtal med mobiltelefonen. Precis som ovan diskussion kring generella kännedomfrågor, kan den faktiska andelen vara något högre.

I anslutning till denna fråga i formuläret informerades respondenterna om följande; Operatören tar betalt per sekund eller per minut för pågående samtal, så kallat debiteringsintervall. Det innebär att med ett debiteringsintervall per minut får du betala för en minut trots att du kanske bara pratat i mobilen i 5 sekunder.

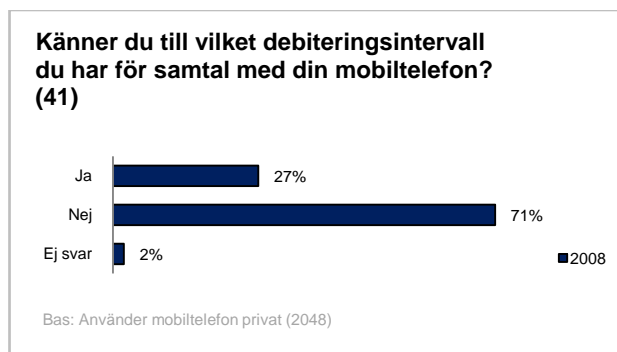


Diagram 44

Användning utomlands

Drygt 6 av 10 (61%) av respondenterna som använder mobiltelefonen för privata syften uppgav i undersökningen att de rest utomlands under det senaste året. De fick därefter frågor kring om de använder mobiltelefonen utomlands samt om de studerat priserna för olika mobiloperatörer innan utlandsvistelsen.

Av de som rest inom EU använder mobilen för att ringa och/eller ta emot samtal samt SMS i relativt hög utsträckning (se Tabell 9 på nästa sida). Ungefär 80% uppger att de använder något/några av dessa kommunikationssätt ofta eller ibland. Var fjärde (24%) uppger att de använder MMS ofta eller ibland inom EU. Andelen som surfar på Internet, laddar ner data och/eller skickar/tar emot e-mail är betydligt lägre, 66% svarar att de inte alls gör detta.

Användarbeteendet är betydligt lägre vid resande utom EU, förutom surfandet på Internet, nedladdning av data och/eller skickandet/mottagandet av e-mail som ligger på samma låga nivå som inom EU. Då det exakta resebeteendet i form av till exempel antal resor det senaste året och fördelningen av resorna inom eller utom EU inte frågats i undersökningen, kan endast ett hypotetiskt resonemang föras kring detta. Ett antagande är att resor generellt görs oftare inom EU jämfört med utom EU då andelen ej svarande är högre på den senare.

	Inom EU				Utanför EU			
	Ja ofta	Ja ibland	Nej inte alls	Ej svar	Ja ofta	Ja ibland	Nej inte alls	Ej svar
Ringa samtal	17	59	17	6	10	36	36	18
Ta emot samtal	19	59	13	9	11	35	33	20
SMS	27	53	11	9	17	35	29	18
MMS	4	21	52	23	2	14	57	27
Surfa på Internet/ladda ner data och/eller skicka/ta emot e-mail	3	5	66	26	2	3	66	29

Tabell 9: Användning av mobiltelefonen utomlands (%). Bas: Rest utomlands under de senaste 12 månaderna (1257)

Studerat pris innan utlandsresa?

Av den svenska befolkningen som rest utomlands under det senaste året har ungefär var tredje (34%) studerat priserna för olika mobiloperatörer på något sätt innan de åkt. Frågan har tidigare år ställts till de som använder mobiltelefonen utomlands oavsett när i tiden och kan därför inte direkt jämföras. Nästan var fjärde (24%) svarade år 2007 att de studerat priserna innan själva resan.

Vid en resa inom EU är mobiloperatörerna skyldiga att informera mobilinnehavaren via ett SMS om det pris som gäller utomlands. Detta är en skyldighet som relativt många förmodligen fortfarande är ovetande om eller inte helt enkelt reflekterar över. Endast 16% uppger att de fått information om det pris som gäller utomlands via SMS från sin operatör. Förra året var motsvarande siffra 9% (med reservation för en direkt jämförelse och att svarsalternativet blivit något omformulerat).

En majoritet har inte studerat priserna bland de olika mobiloperatörerna innan de åkt utomlands (64%) där nästan alla av dessa inte själva aktivt sökt efter information (62%).

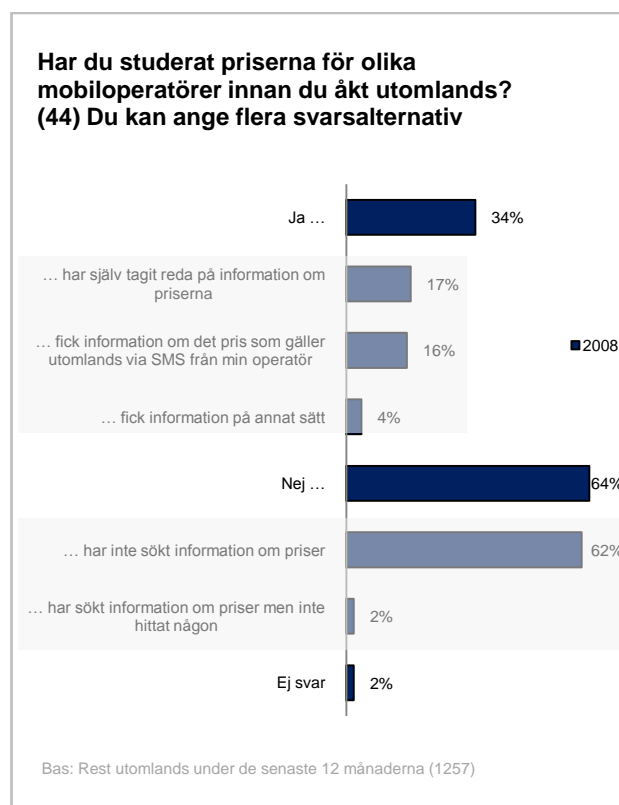


Diagram 45

INTERNET OCH TILLGÅNG TILL BREDBAND/MOBILT BREDBAND

Detta kapitel omfattar Internet och tillgång till bredband. Områden som behandlas är användning, tillgång, utvärdering av operatör, byte, typ av Internetanslutning, problem, vidtagna åtgärder och avslutas med några frågor om mobilt bredband.

Användning av Internet

Andelen som använder Internet har ökat med några procentenheter varje år sedan 2002 då PTS för första gången genomförde undersökningen. I år uppger 90% att de använder Internet, varav 75% använder Internet i stort sett varje dag, en ökning med 6 procentenheter sedan 2007. Andelen som använder Internet mer sällan än varje vecka (4%) är oförändrad de senaste tre åren. En skillnad finns i användning geografiskt då endast 86% använder Internet i glesbygden jämfört med 94% i storstäderna. I övriga städer använder 88% Internet.

Internetanvändningen 2008 är liksom 2007 inte helt oväntat störst bland de yngre åldersgrupperna där majoriteten (98%) av de svarande mellan 16-20 och 21-30 år, samt 97% av de svarande mellan 31-40 år uppger att de använder Internet (se Tabell 10 på nästa sida). Det finns ingen skillnad mellan dessa tre åldersgrupper i frekvens av användning. Bland de äldre åldersgrupperna 51-60 och 61-75 år har andelen som använder Internet ökat med cirka 5 procentenheter, där största ökningen utgörs av andelen som använder Internet i stort sett varje dag. Imponerande 45% av åldersgruppen 61-75 år uppger att de använder Internet i stort sett varje dag.

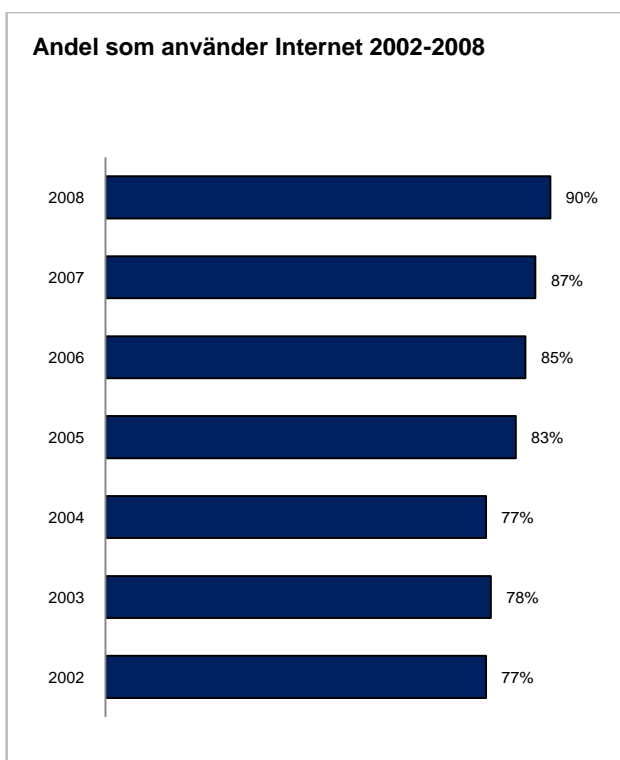


Diagram 46

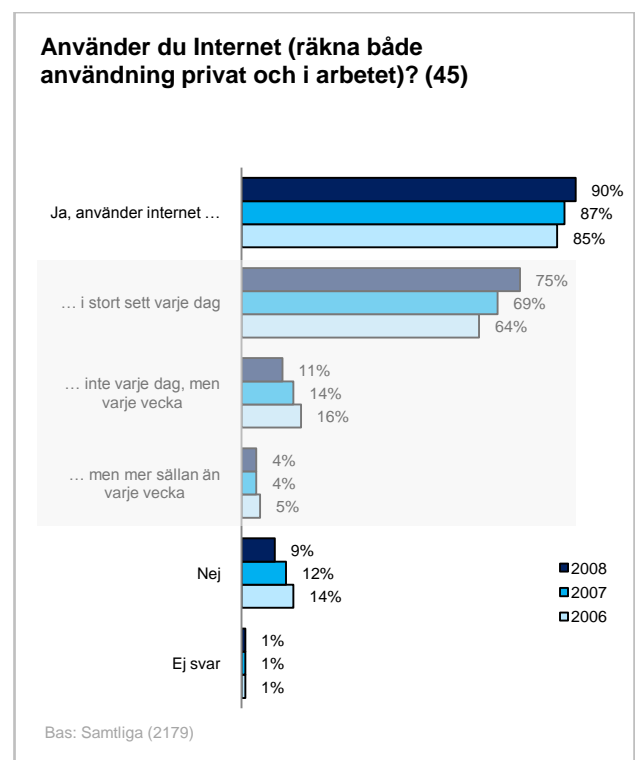


Diagram 47

Användning av Internet (%)						
	16-20 år	21-30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	61-75 år
	(n=201)	(n=355)	(n=399)	(n=400)	(n=383)	(n=441)
Använder internet	98 (96)	98 (96)	97 (97)	95 (95)	91 (86)	67 (61)
I stort sett varje dag	89 (86)	89 (84)	89 (79)	78 (76)	70 (65)	45 (38)
Inte varje dag, men varje vecka	7 (8)	7 (10)	7 (15)	13 (13)	15 (15)	15 (16)
Mer sällan än varje vecka	2 (3)	2 (2)	2 (3)	4 (5)	5 (5)	8 (7)
Nej	2 (2)	2 (3)	3 (3)	4 (4)	9 (13)	30 (35)
Ej svar	1 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (1)	0 (1)	2 (4)

Tabell 10: Internetanvändning efter åldersgrupp (%). Bas: Samtliga (2179)

Användning av Hotspots

I frågeformuläret gavs en utförlig förklaring till begreppet Hotspot i anslutning till frågan. Under det senaste året har enbart en liten ökning skett i andelen som uppger att de har använt Hotspot (från 7% till 11%), men det finns en skillnad i användning bland män och kvinnor. Bland männen uppger 15% att de har använt Hotspot, medan motsvarande siffra för kvinnor är 6%.

Tittar vi på användning baserat på ålder (se Tabell 11 på nästa sida) så är det 31-40 åringarna som i störst utsträckning har använt Hotspot (18%). Denna siffra har stigit med 7 procentenheter jämfört med 2007 då det för övrigt var 21-30 åringarna som i störst utsträckning använt Hotspot. Bland ungdomar 16-20 år har 12% använt Hotspot, en ökning med 8 procentenheter från 2007, medan 55% uppger att de inte känner till Hotspot. Ökningen ska dock tolkas med försiktighet då 10% har uppgett Vet ej på frågan.

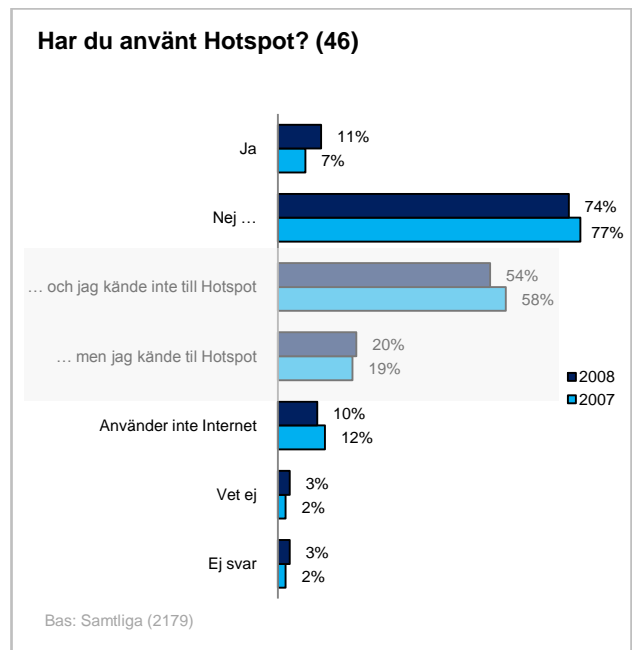


Diagram 48

Användning av Hotspot (%)						
	16-20 år	21-30 år	31-40 år	41-50 år	51-60 år	61-75 år
	(n=201)	(n=355)	(n=399)	(n=400)	(n=383)	(n=441)
Ja	12 (4)	16 (14)	18 (11)	8 (7)	9 (4)	3 (1)
Nej	75 (88)	79 (79)	77 (83)	82 (85)	77 (81)	57 (58)
men jag kände till Hotspot	20 (22)	30 (27)	30 (25)	19 (19)	16 (15)	8 (11)
och jag kände inte till Hotspot	55 (66)	49 (52)	47 (58)	63 (66)	61 (66)	49 (47)
Vet ej	10 (4)	2 (3)	2 (2)	2 (2)	3 (1)	2 (1)
Har inte tillgång till Internet	2 (2)	2 (3)	3 (3)	5 (4)	9 (13)	33 (35)
Ej svar	2 (1)	1 (1)	1 (1)	3 (2)	2 (2)	6 (5)

Tabell 11: Hotspotanvändning efter åldersgrupp (%). Bas: Samtliga (2179)

Tillgång till Internet i hemmet

Fler och fler av svenskarna får tillgång till Internet i hemmet för varje år som går och 2008 är siffran 89%, 5 procentenheter högre jämfört med 2007. Enbart de senaste fyra åren är ökningen 18 procentenheter. De flesta hushåll (83%) betalar abonnemanget själva.

Snittet bland EU-länderna är betydligt lägre än i Sverige. Knappt hälften av hushållen (49%) har i år tillgång till Internet, vilket är en ökning med 9 procentenheter under de två senaste åren (2006-2008).⁴

⁴ Källa: "TNS E-Communications Household Survey", June 2008.

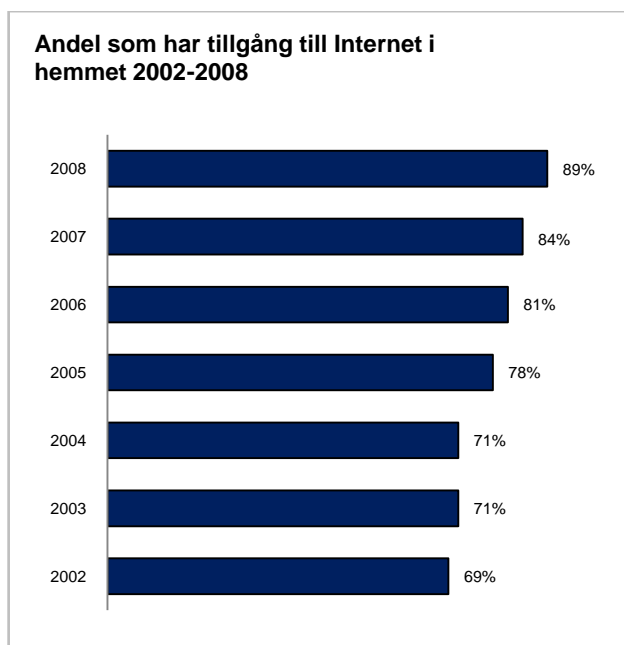


Diagram 49

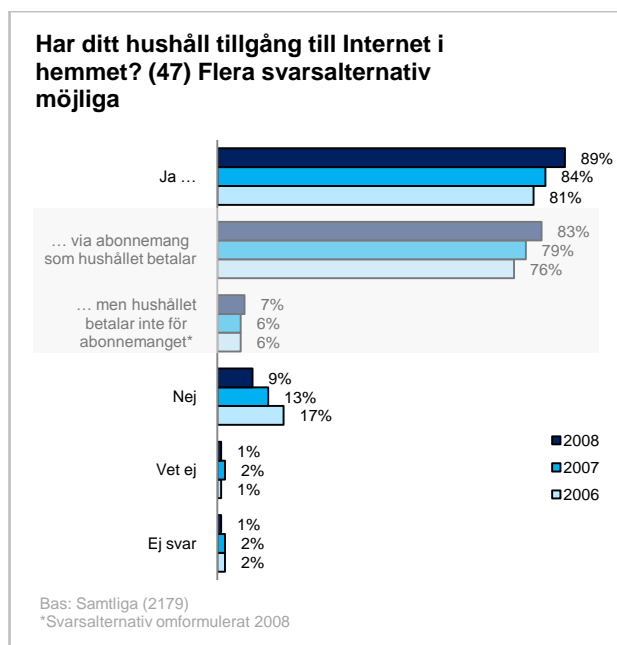


Diagram 50

Nuvarande och tidigare operatör

Telia Sonera dominerar fortfarande marknaden med 38% och inga markanta förändringar har skett de senaste tre åren. ComHem respektive Bredbandsbolaget har i år 14% vardera av marknaden, följt av Tele2 med 8% och Glocalnet med 7%. Tele2 har sakta tappat andelar sedan 2002 från att ha haft 18% av marknaden 2002 till nuvarande 8%. För mer information om Övriga operatörer, se tabellbilagan.

Byte av Internetoperatör sker i högst utsträckning från Telia Sonera till Bredbandsbolaget, 27% uppger att de har gjort detta byte. Andelen som har bytt från Telia Sonera till en annan Internetoperatör har ökat med 6 procentenheter mellan 2007 och 2008 till 23%.

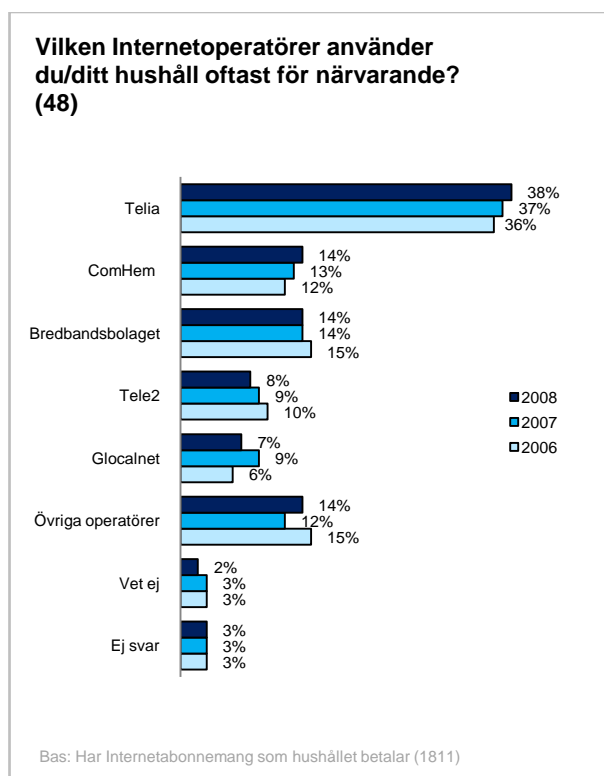


Diagram 51

Nuvarande Internetoperatör	Tidigare Internetoperatör (%)	
	Telia Sonera	Övriga operatörer
	(n=130)	(n=348)
Telia Sonera	-	40 (34)
ComHem	20 (20)	14 (15)
Bredbandsbolaget	27 (29)	16 (14)
Tele2	16 (13)	7 (4)
Glocalnet	15 (22)	5 (15)
Övriga operatörer	23 (17)	17 (15)
Vet ej	0 (0)	0 (1)
Ej svar	0 (0)	0 (2)
Totalt	100	100

Tabell 12: Nuvarande Internetoperatör uppdelat efter tidigare Internetoperatör (%) Bas: Har bytt Internetoperatör (478)

Utvärdering av nuvarande operatör

När respondenterna fick utvärdera sin nuvarande Internetoperatör var det 77% som instämde i att *operatören är välkänd och etablerad på marknaden* vilket är oförändrat sedan 2007. I år tillkom några nya svarsalternativ och resultaten bland dessa visar att 66% instämmer i att *operatören har bra tillgänglighet/täckning där de bor*, 55% instämmer i att *överföringshastighet och kvalitet motsvarar deras behov*, medan endast 27% instämmer i att *operatören har låga priser*.

En större andel jämfört med 2007 instämmer i att deras operatör *hade kort leveranstid*, 39% jämfört med 35%. 37% instämmer i att *hastigheten i överföringen stämmer med vad som utlovats* vilket är en minskning med 4 procentenheter från 2007. Andelen som är *sammantaget nöjd med sin Internetoperatör* har minskat 3 procentenheter och är i år 57%.

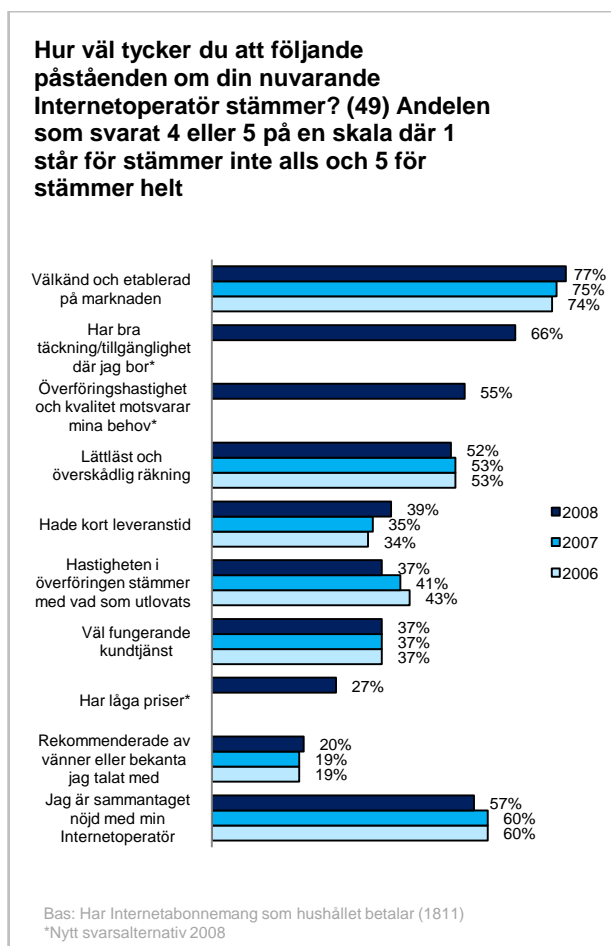


Diagram 52

Bäst betyg för pris får Glocalnet, där 39% instämmer i att operatören *har låga priser* (se Tabell 13 på nästa sida). Sämst betyg får Telia Sonera som drar ner det totala resultatet, där bara 16% instämmer. Telia Sonera anses inte oväntat vara *välkänd och etablerad på marknaden* och *ha bra täckning/tillgänglighet* där kunderna bor.

Andelen som instämmer i påståenden om Glocalnet har sjunkit för alla påståenden som även ställdes 2007. Sämst betyg av alla operatörer får de på påståendet att de *har kort leveranstid* där endast 20% av kunderna instämmer, en minskning med 7 procentenheter från föregående år. På området leveranstid har däremot Tele2s resultat avsevärt förbättras från 26% 2007, till 40% 2008.

Bredbandsbolaget kännetecknas av att *överföringshastighet och kvalitet motsvarar kundernas behov* i större utsträckning jämfört med andra operatörer. De har även i högre grad jämfört med de andra operatörerna blivit *rekommenderade av vänner eller bekanta* och 64% av deras kunder är *sammantaget nöjda*. Enbart 39% instämmer dock i att *hastigheten i överföringen stämmer med vad som utlovats*, vilket är en minskning med 6 procentenheter från föregående år.

ComHem kännetecknas av att vara *välkänd och etablerad på marknaden*, *ha bra täckning/tillgänglighet* där kunderna bor och *ha kort leveranstid*. Deras kunder anser även att *hastigheten i överföringen stämmer med vad som utlovats* i högre utsträckning jämfört med de andra operatörerna.

Andelen som instämmer med att *hastigheten i överföringen stämmer med vad som utlovats* har dock sjunkit för alla operatörer det senaste året, med undantaget Tele2 där det emellertid inte har skett någon större förändring. För Glocalnet har andelen sjunkit med 13 procentenheter och för Telia Sonera har andelen sjunkit med 8 procentenheter. Detta kan vara en effekt av den debatt som figurerat i media den senaste tiden, där det diskuterats huruvida konsumenterna verkligen får den hastighet de betalar för.

Andelen som är *sammantaget nöjd med sin Internetoperatör* har sjunkit det senaste året för alla operatörer, förutom för Bredbandsbolaget som är oförändrad. Glocalnet står för den största minskningen med 17 procentenheter.

	Telia Sonera (n=685)	Tele2 (n=146)	Bredbands- bolaget (n=249)	ComHem (n=250)	Glocalnet (n=126)	Övriga (n=355)
Välkänd och etablerad på marknaden	92 (92)	79 (79)	89 (87)	88 (88)	73 (73)	29 (24)
Har bra täckning/tillgänglighet där jag bor	72	61	68	75	43	59
Överföringshastighet och kvalitet motsvarar mina behov	57	46	64	61	42	49
Lättläst och överskådlig räkning	51 (58)	54 (49)	55 (50)	58 (60)	47 (58)	47 (51)
Hade kort leveranstid	40 (37)	40 (26)	36 (36)	47 (45)	20 (27)	38 (36)
Hastigheten i överföringen stämmer med vad som utlovas	37 (45)	33 (31)	39 (45)	41 (45)	26 (39)	37 (41)
Väl fungerande kundtjänst	41 (43)	35 (38)	42 (43)	35 (32)	30 (35)	33 (27)
Har låga priser	16	35	35	34	39	33
Rekommenderade av vänner eller bekanta jag talat med	21 (18)	19 (12)	25 (32)	19 (18)	12 (17)	18 (24)
Jag är sammantaget nöjd med min Internetoperatör	62 (68)	51 (56)	64 (63)	55 (60)	42 (59)	52 (60)

Tabell 13: Andel som svarat 4 eller 5 på en skala från 1-5 där 1 står för stämmer inte alls och 5 står för stämmer helt i påståenden om sin huvudsakliga Internetoperatör (%). Bas: Har Internetabonnemang som hushållet betalar (1811)

Byte av Internetoperatör

I årets frågeformulär ställdes frågan om hushållet har bytt Internetoperatör utan någon tidsbegränsning. 31% uppger att de bytt operatör någon gång, varav 6% uppger att de bytt de senaste 6 månaderna. Detta är en minskning med 4 procentenheter sedan 2007.

Det främsta skälet till byte bland de som bytt de senaste 6 månaderna är *för att få ett lägre pris på abonnemanget* (32%), även om denna andel har minskat de senaste åren. *För att kunna få högre hastighet* var ett starkt skäl för två år sedan då 44% angav detta som ett skäl, men 2008 är alternativet nere i 23%.

Därefter nämns *på grund av flytt* (21%) och *för att få tillgång till bättre tjänster och/eller villkor* (19%).

Svarsalternativen *på grund av flytt*, *för att få mobilt bredband* (12%) samt *för att jag fick ett bra paketerbjudande* är nya 2008 och kan förklara varför andelen som svarat *annan orsak* har sjunkit från 26% 2007 till 10% 2008.

Få av de svarande (3%) jämfört med 2007 (14%) anger *för att få en enda räkning för Internet och telefoni och/eller TV* som ett skäl till bytet.

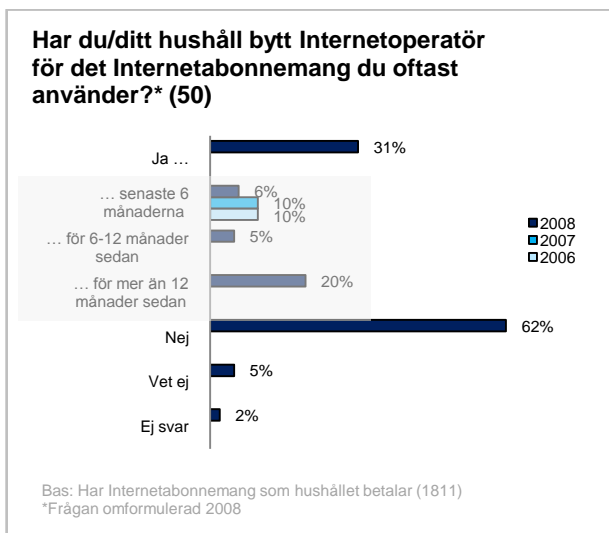


Diagram 53

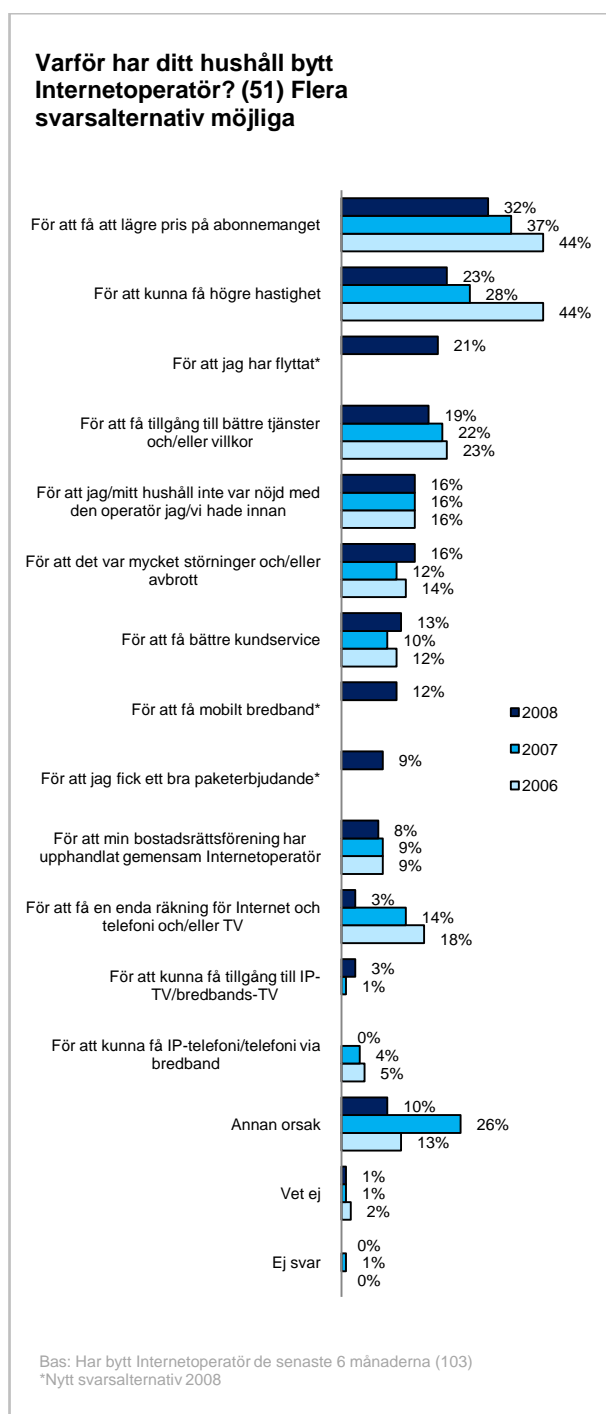


Diagram 54

Bland de som bytt Internetoperatör de senaste 6 månaderna uppger 76% att allt blev rätt, varav 58% menar att det gick snabbt att bli ansluten och 18% att det tog lång tid. Liksom förra året uppger 10% att anslutningen blev felaktig.

På frågan om det finns några särskilda skäl till att hushållet inte har bytt Internetoperatör svarar majoriteten (58%) att de är nöjda med den operatör hushållet har. Därefter uppger 16% att de har samma operatör för telefoni och/eller TV och därför inte vill byta.

Frågan kan inte jämföras bakåt i tiden eftersom den tidigare, precis som motsvarande fråga om mobilabonnemang, varit tidsbegränsad till byte senaste 6 månaderna.

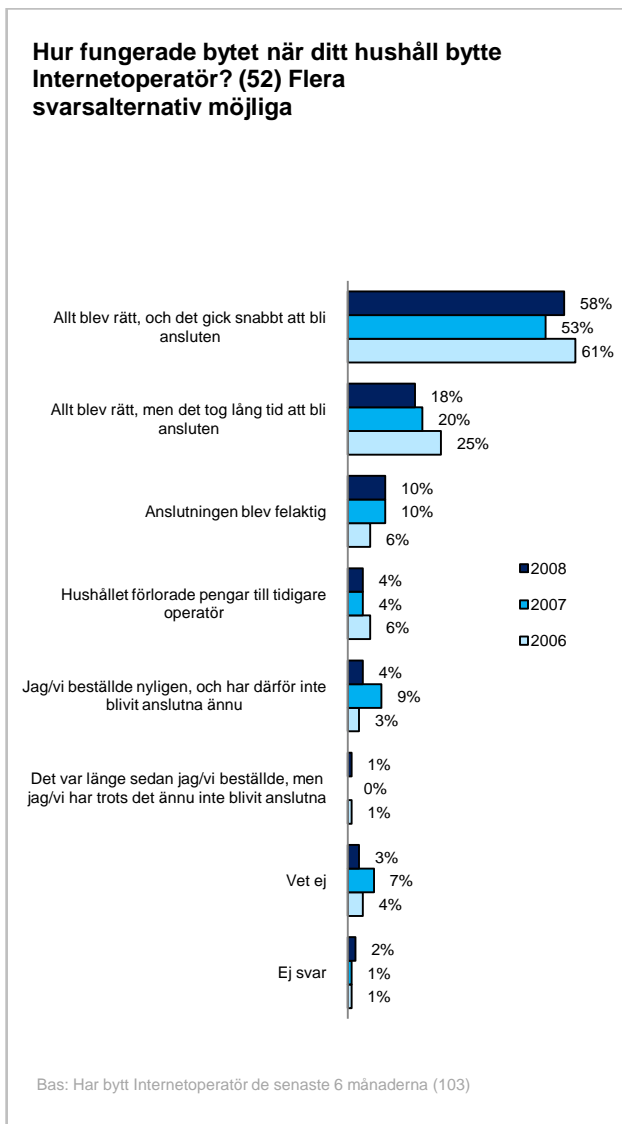


Diagram 55

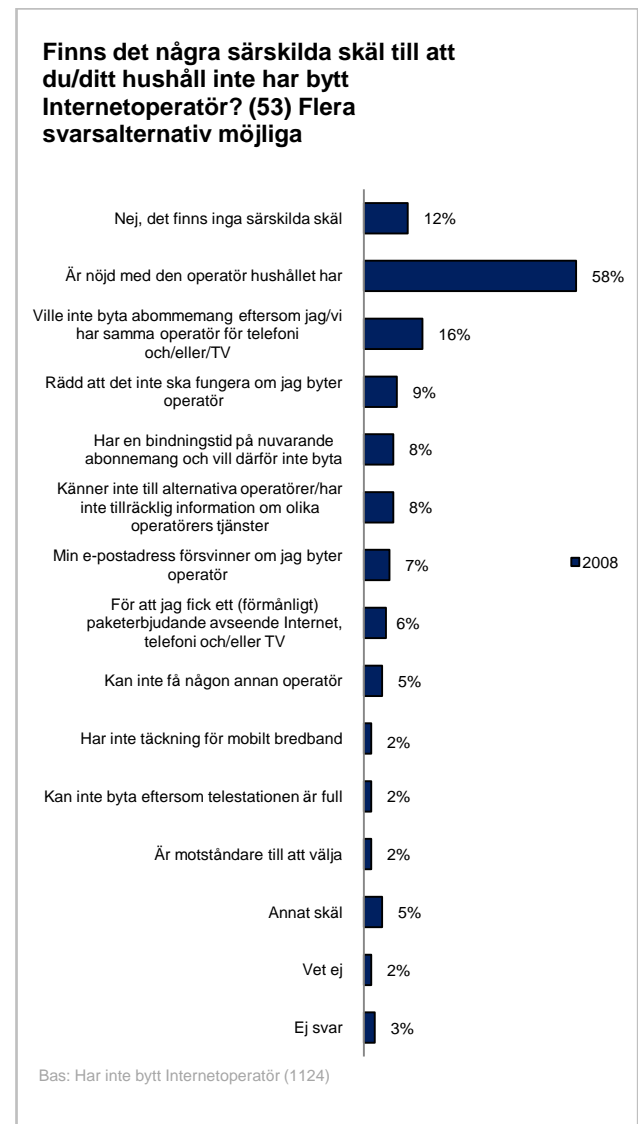


Diagram 56

Typ av Internetanslutning

Bredband är det vanligaste sättet att vara ansluten till Internet. Mellan 2007 och 2008 har andelen av Sveriges befolkning mellan 16-75 år som är bredbandsanslutna ökat från 68% till 74%. ADSL/VDSL har minskat något, dock ej signifikant, från 50% till 47%. Andelen som är ansluten genom vanligt modem är nu nere i 5%.

I 2008 års frågeformulär är mobilt bredband inkluderat som ett nytt svarsalternativ och 7% uppger att de använder denna typ av anslutning, varav 5% enbart använder mobilt bredband och använder inte någon annan typ av anslutning som komplement. Mobilt bredband är vanligast i åldrarna 21-30 och 51-75 (8%), därefter bland medelålders 31-50 (6%) och minst vanligt är mobilt bredband bland ungdomar 16-20 år (4%).

Geografiskt är det något vanligare med mobilt bredband i glesbygden (9%) jämfört med storstäder och övriga städer (7%). Tittar vi på sysselsättning ser vi att egenföretagare har mobilt bredband i större utsträckning än andra yrkeskategorier (12%).

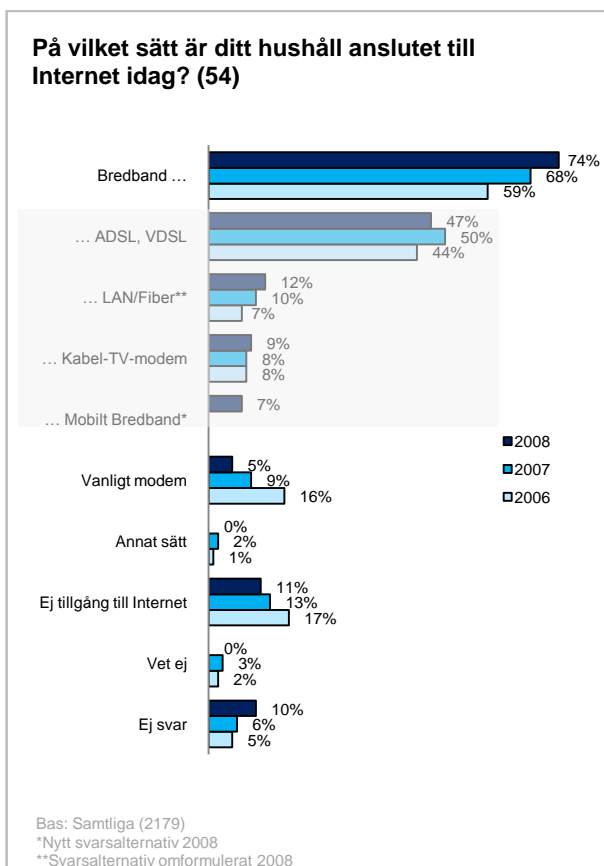


Diagram 57

Inom EU är snittet betydligt lägre bland hushåll som har bredbandsanslutning jämfört med Sverige. 36% av hushållen inom EU har i år bredbandsaccess. Det är en ökning med 13 procentenheter på två år (2006-2008). ADSL är vanligaste anslutningsformen inom EU-länderna med en andel på 29%.⁵

Frågan om något annat sätt används att ansluta till Internet som komplement till den huvudsakliga Internetanslutningen är ny för i år. Ungefär var femte uppger att de använder något annat sätt att ansluta varav 9% använder fast bredband och 8% använder mobilt bredband. Det innebär att 14% totalt sett använder mobilt bredband, antingen som huvudsaklig anslutning eller som komplement. Bland den yngre åldersgruppen 16-20 år uppger var tredje att de använder något annat sätt att ansluta, främst fast bredband (17%) följt av mobilt bredband (10%).

De som använder mobilt bredband som komplement är i huvudsak hushåll i storstäderna (11%) jämfört med i övriga städer respektive glesbygd (cirka 5%). Åldersmässigt finns ingen signifikant skillnad i användning, med undantaget åldersgruppen 61-75 år där endast 3% använder mobilt bredband som komplement. 2% använder mobiltelefonen som modem som komplement till sin huvudsakliga anslutning.

⁵ Källa: "TNS E-Communications Household Survey", June 2008.

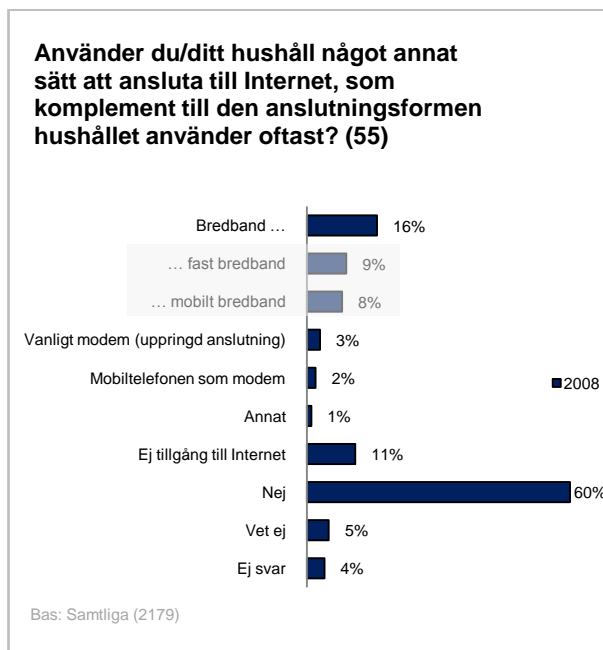


Diagram 58

Hastighet på anslutningen

Andelen vars hushålls Internetaccess är mellan 2 och 9 Mbit har sjunkit med 7 procentenheter jämfört med 2007. Det är dock värt att notera att årets undersökning inkluderar svarsalternativet ansluten med mobilt bredband vilket kan ha påverkat resultatet något. Dessutom är andelen som ej har svarat på frågan samt andelen som svarat Vet ej 3 procentenheter högre jämfört med förra året. Bland de som har mobilt bredband svarar var fjärde att de inte vet vilken hastighet de har.

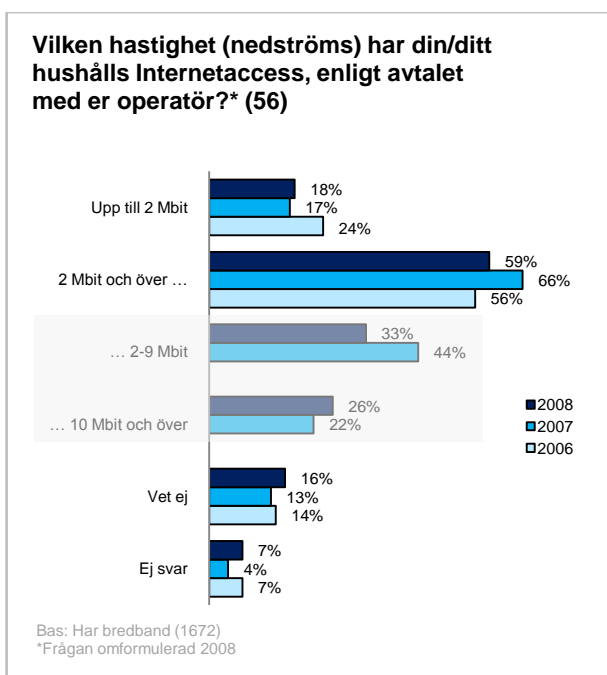


Diagram 59

Mobila bredbandsanvändare uppger inte oväntat att de vill vara mobila både hemma och utanför hemmet (47%) som skäl för val av anslutningsform till Internet, men också för att de vill ha en låg kostnad (25%), fyller deras behov (26%) och för att de inte kan få något annat (17%).

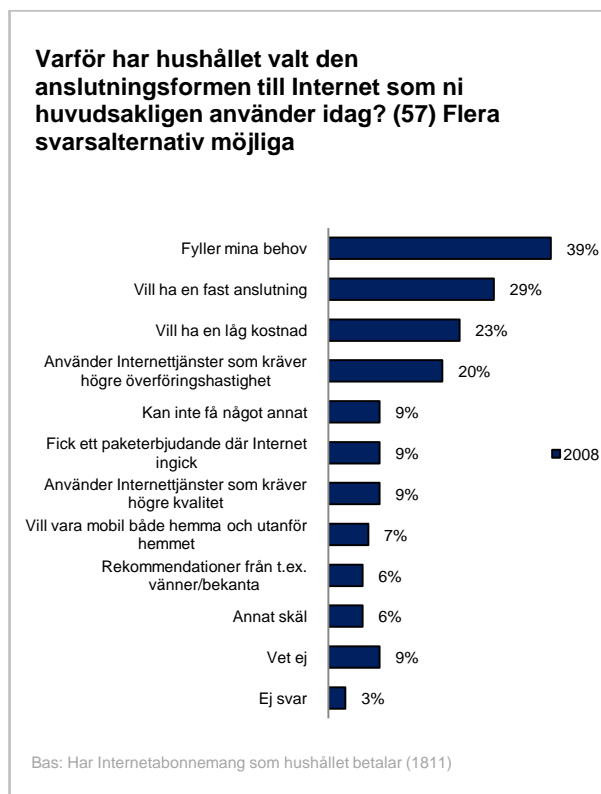


Diagram 60

Skäl till val av anslutningsform

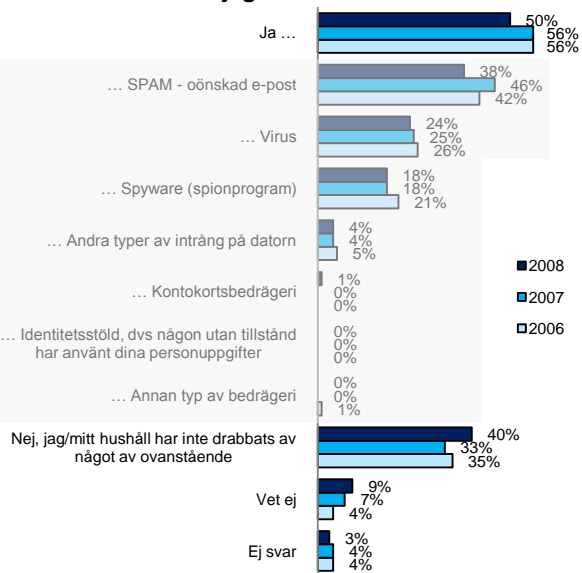
Majoriteten av de hushåll som själva betalar för Internetabonnemanget uppger att den främsta anledningen för val av anslutningsform till Internet är att den fyller deras behov (39%). Var tredje vill ha en fast anslutning, var fjärde vill ha en låg kostnad och var femte uppger att de använder Internettjänster som kräver en högre överföringshastighet.

Var fjärde man (25%) uppger att de använder Internettjänster som kräver en högre överföringshastighet som skäl för val av anslutningsform, medan motsvarande siffra för kvinnor är 15%.

Upplevda problem

Andelen som har drabbats av problem någon gång det senaste halvåret när de har varit uppkopplade mot Internet har minskat med 6 procentenheter sedan föregående två år, främst är det andelen som har drabbats av SPAM (oönskad e-post) som minskat från 46% till 38%, men hälften uppger fortfarande att de har drabbats av problem. Framför allt handlar det fortsatt om SPAM (38%), Virus (24%) och/eller Spyware (18%), se Diagram 61 på nästa sida. Av befolkningen 16-20 år uppger 43% att de drabbats av virus trots att 70% i samma ålder använder ett antivirusprogram.

Har du/ditt hushåll någon gång de senaste 6 månaderna drabbats av följande problem när du/ni varit uppkopplade mot Internet från den dator hushållet använder oftast? (58) Flera svarsalternativ möjliga



Bas: Har Internetabonnemang som hushållet betalar (1811)

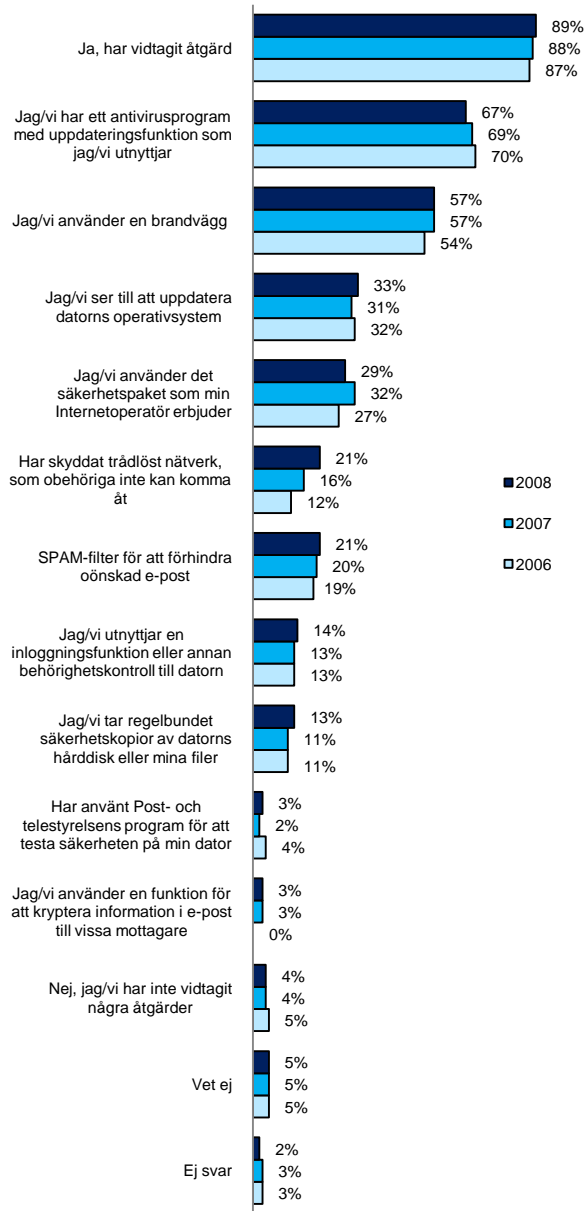
Diagram 61

Åtgärder för skydd av dator

89% vidtar någon typ av åtgärd för att skydda den dator som hushållet använder oftast, ett svar som är relativt oförändrat sedan 2007. De vanligaste åtgärderna är antivirusprogram (67%) och brandvägg (57%). Var tredje uppdaterar datorns operativsystem samt använder det säkerhetspaket som Internetoperatören erbjuder. Endast 13% tar regelbundet säkerhetskopior av datorns hårddisk eller av sina filer. Generellt sett vidtar hushåll i storstäder och övriga städer i högre utsträckning åtgärder för att skydda sin dator jämfört med glesbygden, bland annat är det 37% i storstäderna som uppdaterar operativsystemet jämfört med 28% i glesbygden.

På alla punkter vidtar män i högre utsträckning åtgärder jämfört med kvinnor, till exempel så är andelen som uppdaterar operativsystemet 40% bland män jämfört med 27% bland kvinnor. Trots detta drabbas kvinnor i lägre utsträckning än män av problem.

Har du/ditt hushåll vidtagit några åtgärder för att skydda den dator hushållet använder oftast? (59) Flera svarsalternativ möjliga



Bas: Har Internetabonnemang som hushållet betalar (1811)

Diagram 62

Bland de som inte vidtagit några åtgärder för att skydda hushållets dator uppger ungefär var fjärde (23%) att det beror på att de inte vet hur man gör, 22% att de inte har funderat så mycket på riskerna och att de använder Internet så pass lite att det inte är någon idé. 16% anser att det är för dyrt. Notera att antalet svarande är låg på denna fråga, enbart 78 personer har inte vidtagit några åtgärder.

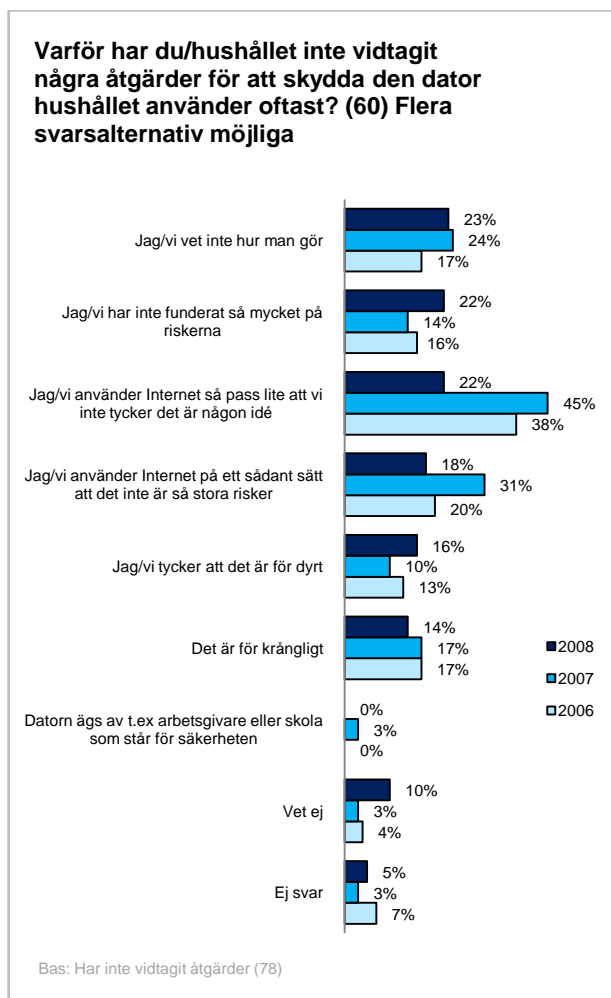


Diagram 63

Utvärdering av mobilt bredband

När användarna av mobilt bredband fick utvärdera tjänsten anser ungefär hälften att det *fungerar bra hemifrån* och var tredje att det *fungerar bra utanför hemmet*.

Vid frågan om de *får den uppkopplingshastighet de betalar för* är resultaten kluvna. 24% instämmer, medan 27% inte instämmer.

I åldersgruppen 31-40 år är användarna mer negativa överlag än andra åldersgrupper, t.ex. är andelen som inte instämmer till att de *får den uppkopplingshastighet de betalar för* hela 51%.

Nästan var femte (18%) har svarat att de inte vet när det gäller om de *får den uppkopplingshastighet de betalar för* respektive *fungerar bra utanför hemmet*, vilket talar för att det är svårare att bedöma.

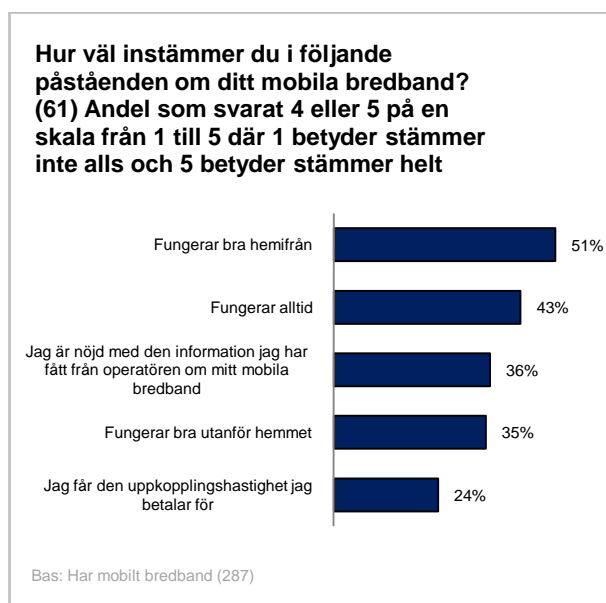


Diagram 64

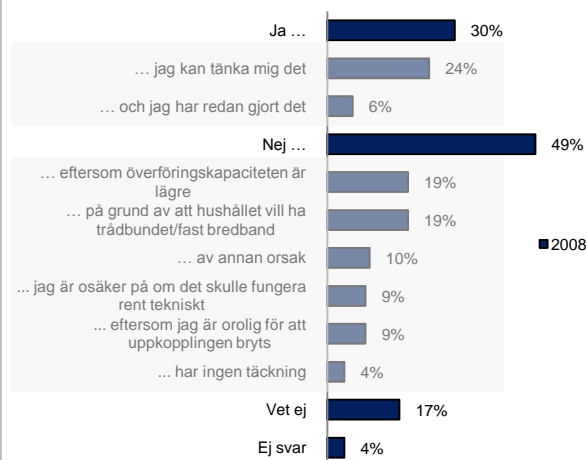
Byte från trådbundet/fast bredband till mobilt bredband

Bland hushållen som har ett Internetabonnemang som de själva betalar för uppger 24% att de skulle kunna tänka sig att byta från trådbundet/fast bredband till att endast använda mobilt bredband i hemmet och 6% har redan gjort det bytet.

Hälften skulle inte kunna tänka sig att göra bytet. De vanligaste skälen är på grund av att hushållet vill ha trådbundet/fast bredband (19%) och på grund av att överföringskapaciteten är lägre (19%). 27% av männen jämfört med 12% av kvinnorna, samt 30% av de tillfrågade mellan 16-30 år anger På grund av att överföringskapaciteten är lägre som skäl.

Var tionde är orolig för att uppkopplingen bryts, speciellt ungdomar mellan 16-20 år anger detta som skäl (17%). Var tionde tror dessutom inte att det skulle fungera rent tekniskt. 17% har svarat Vet ej och alltså haft svårt att ta ställning till frågan.

Kan du tänka dig att byta från trådbundet/fast bredband till att endast använda mobilt bredband i hemmet? (62) Flera svarsalternativ möjliga



Bas: Har eget Internet abonnemang (1811)

Diagram 65

BORTFALLSREDOVISNING

Svarsfrekvensen i årets undersökning är 54%. Det är 4 procentenheter bättre än förra året och en negativ trend sedan 2005 har vänt. Orsakerna till detta kan vara flera, till exempel har frågeformuläret reviderats och omarbetats samt att respondenterna har haft möjlighet att besvara undersökningen via Internet. Det är TNS uppfattning att dessa förändringar har påverkat svarsfrekvensen i en positiv riktning.

Jämförelse mellan svarande via Internet och postalt

Drygt var fjärde respondent har besvarat undersökningen via Internet. Det har gjorts med hjälp av en länk med tillhörande unika ID-nummer och lösenord i det informationsbrev som initialt skickades ut. Det är i något större utsträckning män som valt att svara på detta sätt. Vidare är det tydligt att personer mellan 16-30 år i högre utsträckning valt att besvara undersökningen elektroniskt. Det omvända gäller för personer i ålderskategorin 61-75 år, där en större andel valt att svara med hjälp av den postala enkäten.

Vid en jämförelse mellan de som svarat via Internet och postalt skiljer sig inte undersökningsresultaten överlag åt. Däremot kan vi se vissa naturliga skillnader vad gäller teknikmognad och/eller benägenhet att ta till sig av ny teknik inom elektronisk kommunikation. Ett exempel på detta är att 43% av de som svarat via Internet, jämfört med 30% av de som svarat postalt, kan tänka sig att byta från traditionell fast telefoni i hemmet till IP-/bredbandstelefoni (fråga 24). Ett annat exempel är att 76% av de som svarat via Internet, jämfört med 61% som svarat postalt, fortfarande använder någon/några innehållstjänster som finns via mobiltelefonen (fråga 37).

Vidare har de som svarat via Internet i högre utsträckning en bredbandsanslutning i hushållet (fråga 54). Andelen är 89% jämfört med 69% bland de som svarat postalt. Dessutom verkar valet av anslutningsform hänga samman med de Internettjänster som används. Det är en betydligt högre andel med bredbandsanslutning som svarat via nätet och även använder Internettjänster som kräver högre överföringshastighet, jämfört med de som valt att svara på undersökningen postalt (fråga 57).

Dessutom kan nämnas att fråga 45 (Använder du Internet?) i webbformuläret har anpassats till Hur ofta använder du Internet?

Svarsfrekvenser efter ålder, län och bostadsort

Svarsfrekvensen i de olika åldersgrupperna varierar något. I likhet med tidigare år är den högst i de äldre åldersgrupperna (56-75 år). Svarsfrekvensen bland den yngsta åldersgruppen (16-20 år) har förbättrats avsevärt. Möjligheten att svara på undersökningen via Internet, som beskrivits ovan, kan vara ett viktigt skäl till detta.

	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Ålder							
16-20 år	53	39	46	48	50	59	59
21-25 år	45	42	41	49	55	57	59
26-30 år	54	49	50	53	56	61	55
31-35 år	57	48	57	54	51	65	57
36-40 år	47	44	48	55	52	62	54
41-45 år	47	48	55	52	52	57	56
46-50 år	51	52	51	60	56	60	61
51-55 år	56	52	57	59	60	58	55
56-60 år	63	56	55	60	56	61	58
61-65 år	61	58	60	66	63	63	63
66-70 år	65	59	60	68	57	72	61
71-75 år	60	53	60	61	64	61	60
Totalt	54	50	53	57	56	61	58

Tabell 14: Svarsfrekvens efter ålder (%)

Även bland de olika länen är svarsfrekvensen något varierande. Bäst svarsfrekvens har Gotlands län (67%) och sämst har Stockholms län (48%). De flesta länen har en bättre eller likvärdig svarsfrekvens i årets undersökning jämfört med 2007. Undantagen är Uppsala och Kronoberg som har en försämrade svarsfrekvens.

Svarsfrekvensen är något bättre i glesbygden jämfört med storstäderna (Stockholm, Göteborg och Malmö).

Län	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Stockholm	48	49	52	54	50	60	53
Uppsala	50	58	49	64	54	66	66
Södermanland	57	53	47	54	56	54	58
Östergötland	54	52	53	62	60	59	60
Jönköping	59	47	57	67	66	71	61
Kronoberg	49	61	46	42	64	60	80
Kalmar	57	40	60	55	59	66	60
Gotland	67	57	68	78	68	67	59
Blekinge	51	50	70	64	61	50	43
Skåne	54	45	52	54	52	57	55
Halland	61	56	55	67	64	71	63
Västra Götaland	59	51	51	55	57	60	58
Värmland	50	54	51	56	56	63	57
Örebro	58	50	59	63	54	59	64
Västmanland	50	52	59	54	57	65	53
Dalarna	50	40	59	52	60	64	60
Gävleborg	57	45	52	56	47	47	65
Västernorrland	57	45	58	62	56	64	47
Jämtland	65	61	54	63	49	67	73
Västerbotten	62	47	57	60	57	68	65
Norrbotten	58	52	48	54	63	73	66
Totalt	54	50	53	57	56	61	58

Tabell 15: Svarsfrekvens efter län (%)

Bostadsort	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Sthlm/Göteborg/Malmö	53	49	52	54	53	58	55
Övriga städer	56	50	54	58	57	63	60
Glesbygd	57	51	52	58	59	64	61
Totalt	54	50	53	57	56	61	58

Tabell 16: Svarsfrekvens efter bostadsort (baserat på H-region) (%)

Bortfallsorsaker

I samband med den avslutande telefonpåminnelsen under datainsamlingen gjordes en bortfallsanalys. Nedan är en redovisning av de olika bortfallsorsakerna som framkommit vid denna telefonpåminnelse samt övriga orsaker som inkommit till TNS under datainsamlingsperioden.

Vanliga orsaker som framkommit är att individerna inte anser sig ha tid eller helt enkelt vägrar svara på undersökningen.

Bruttourval, antal	4000
Ej målgruppsaktuella	0
Nettourval, antal	4000
Inkomna svar	
Webb	568
Postalt	1611
Totalt inkomna svar	2179
Bortfallsanalys	
Inte tid	178
Integritet	4
Principvägran	18
Frivilligheten/vill ej svara	188
Ogillar undersökningens syfte	4
Tillfälligt bortrest/flyttat	7
Sjukdom	8
Fysiskt/psykiskt hinder	7
Språksvårigheter	11
Tom/blank	28
Adressat okänd	34
Ej inkomna svar	1334
Totalt bortfall	1821
Svarsfrekvens	54%

Tabell 17: Bortfallsorsaker 2008

