

Pressmeddelande

2009-09-18

Stressade föräldrar tar hjälp av vardagsteknik – Svenska familjers kommunikationsvanor kartlagda

Den svenska föräldern tar allt mer hjälp modern kommunikation för att få ihop logistiken i vardagen och för att ta igen sig. Man låter barnens rum vara fylld av teknik och kommer under 2009 bli allt mer kommunikationsintensiv. Detta visar TeliaSoneras årliga trendundersökning.

Fungerande teknik ökar friheten och förenklar logistiken hos våra svenska familjer. Det räcker inte längre med att ha en enda mobiltelefon. Idag skiljer vi gärna på familjen och arbetet. 28 procent av föräldrarna i de svenska hushållen har en mobiltelefon med kontaktkort vid sidan av den vanliga mobilen. Främsta anledningen till detta är för att man vill ha en reservmobil utifall att den ena skulle gå sönder eller tappas bort (50 procent). En fjärdedel (25 procent) menar att det är ett sätt att skilja på jobb och privatsamtal.

– Det blir allt tydligare att familjerna ser tekniken som en förlängning av sig själva eftersom bra tjänster kan underlätta planeringen av vardagen. Vi måste alltid hålla jämna steg med familjerna i deras krav på erbjudanden som gör vardagen enklare, säger Ulrika Steg, chef för mobila konsumentaffärer.

Årets upplaga av Telia Trendspaning visar att 18 procent av de svenska föräldrarna surfar direkt med mobilen eller med mobilt bredband i bärbara datorer var och varannan dag. Den svenska familjen kommer även bli mer kommunikationsintensiv då nästan 60 procent kommer att öka datoranvändningen, en femtedel kommer att öka sin användning av mobilt bredband och en tredjedel av föräldrarna kommer att använda mobiltelefonen mer.

Teknik i sängen

Egen tv, dator, mobiltelefon och tv-spel är några av de teknikprylar som barnen har i sina rum. 78 procent av barnen har egna datorer, 73 procent har mobiltelefon. Närmare hälften har tv-spel (46 procent) och 67 procent har tv på rummet.

Också när föräldrarna tar igen sig på kvällen följer tekniken med. Nästan 20 procent har datorn i sängen och 38 procent tar med sig mobiltelefonen. Kanske är det även när barnens lampa släcks som föräldrarna följer sina bloggar, vilket 33 procent gör.

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av United Minds under november och december 2008 i Sverige, Norge, Finland, Danmark, Lettland och Litauen. I samtliga nordiska länder genomfördes undersökningen via e-postenkät, i Lettland och Litauen däremot via telefonintervjuer. Sammanlagt utfördes 10 434 intervjuer. Urvalen i samtliga länder är baserade på demografiska kvoter för att representera respektive lands befolkning utifrån kön, ålder och geografisk bostadsort. Hela undersökningen finns i ett lättanvänt webgränssnitt på www.telia.se/trend
Mer trendstatistik hittar du på www.telia.se/trend

**Ytterligare information till journalister lämnas av:
TeliaSoneras presstjänst, 020-77 58 30**

TeliaSonera tillhandahåller telekommunikationstjänster i Norden och Baltikum, på tillväxtmarknaderna i Eurasien, inklusive Ryssland och Turkiet, samt i Spanien. TeliaSonera är den ledande europeiska leverantören av internationella röst-, IP- och kapacitetstjänster som vi erbjuder via vårt helägda internationella carrier-nät. 2008 omsatte TeliaSonera 104 miljarder kr och vid utgången av 2008 var det totala antalet abonnemang 135 miljoner i 20 länder. TeliaSonera är noterat på NASDAQ OM Stockholm och NASDAQ OMX Helsingfors. Vi ser enkelhet och service som viktiga verktyg för att skapa lönsam tillväxt och värde för våra kunder och aktieägare. Läs mer på www.teliasonera.se