

Pressmeddelande

2010-01-28

Ett digitalt ögonkast avslöjar vem du är 2010

– Telia Trendrapport: *accessismen* är årets IT-fenomen

När det blivit ett normaltillstånd att ständigt vara uppkopplad, blir tillgängligheten inte bara ett sätt att kommunicera – den berättar också vem man är. 2010 års IT-fenomen stavas *accessism* och innebär bland annat att privatpersoners och företags identitet allt mer bestäms av hur pass upp-, ned- och ihopkopplade de är.

Då vi blivit vana att ständigt ha tillgång till allt och alla, får *accessismen* också som konsekvens att svenskarnas digitala stubin blir rekordkort – det tar bara 30 sekunder innan vi smäller av i ilska och frustration. Det avslöjas i årets upplaga av Telias Trendrapport.

– Nä, det är inte längre det första ögonkastet som säger mest om oss, utan vår digitala access till omvärlden. Det är exempelvis glädjande att svenskarna, unga som gamla, känner sig mindre ensamma när de är uppkopplade. De hade vi inte kunnat drömma om för tio år sedan, säger Erik Hallberg, chef för Mobilitetstjänster på TeliaSonera i Sverige.

Enligt Telias Trendrapport 2010 kommunicerar genomsnittsvensken i år lika mycket "ansikte mot ansikte" som "digitalt", 32 personer träffas ansikte mot ansikte och 24 personer digitalt varje vecka. Var tredje kvinna (30 procent) och var sjätte man (17 procent) uppdaterar dagligen sin status på Facebook, och 25 respektive 14 procent kommenterar andra personernas status. Sammantaget är det knapp tre procent som aldrig har en digital interaktion med en annan person under en vanlig dag.

Nu blir accessoarerna digitala

Om 00-talet handlade om att säga vem man var med hjälp av accessoarer, tar ens mått av tillgänglighet över den funktionen under *accessismens* 10-tal.

– Ingen handväska, slips eller logga i världen säger lika mycket om dig som din anpassning till ett samhälle där normaltillståndet är att ständigt vara uppkopplad. I *accessismens* tid går vi från accessoarer, i dess traditionella bemärkelse, till digitala access-oarer, säger Stefan Trampus, chef för Bredbandstjänster på TeliaSonera i Sverige.

Tre av fem svenskar har idag sin mobiltelefon ständigt påslagen och tre av fyra blir stressade om de inte är uppkopplade. Att spendera tid med datorn är inte längre något vi tänker på som något "ensamt". Istället upplever åtta av tio svenskar att tillgång till internet gör livet mindre ensamt. Ytterligare tecken på att människan inte är slav under tekniken - utan tvärtom - är att 9 av 10 svenskar tycker att modern teknik gör livet både enklare och enklare att ha kontroll över.

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 SEK och vid utgången av 2008 var det totala antalet abonnemang 135 miljoner i 20 länder. TeliaSonera är noterat på NASDAQ OMX 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

Svenskarnas stubin rekordkort – mäts i sekunder

2010 blir ett bottenår för svenskarnas tålamod – och värre kommer det att bli. Den breda användningen av sociala medier och den ständiga uppkopplingen, har vant oss vid att få information direkt. Tålamodet för att hitta det man vill på ett företags sajt räcker bara 30 sekunder. Därefter lämnar man sajten och väljer någon annan. Vid det laget har också förtroendet för företaget körts i botten. Det uppger åtminstone hälften av besökarna. Den här nutidshysterin kan inte enbart botas av smartare webbsajter utan måste ständigt vårdas – i realtid. Ett företag förväntas svara direkt på konsumenternas frågor, eller ännu bättre, höra av sig så fort de märker att kunden har problem.

IT-fenomen ur TeliaSonera Trendrapport genom åren:

2010 Accessism

Accessism [acksäism] | Fenomenet att vår identitet och våra liv allt mer definieras av hur upp-, ned- och ihopkoppla vi är. Att vi lever med i princip oavbruten access till omvärlden genom modern kommunikationsteknik [jfr. *accessoarer*] påverkar t.ex.: 1) vår tidsuppfattning; otålighet och realtidsförväntningar ökar och gör all väntan oacceptabel. 2) våra livsmönster; vi skräddarsyr våra liv genom att anpassa kommunikationsflödet efter egna behov och preferenser. 3) vår relation till företag; krav på involvering och dialog ger företagens kundrelationer nya förutsättningar.

2009 IT-Societeten

En kommunikationsintensiv elit har vuxit fram som inte klarar sig utan mobiltelefon, dator och uppkoppling. Deras beteende är en försmak av hur alltför svenskar kommer att använda modern kommunikationsteknik under 2009 och framåt.

2008 IT-Pubertet

När "you"-revolutionen och användargenererat innehåll inträffade handlade det främst om underhållningsinriktat material som exempelvis modebloggar och att slå igenom med sitt band på MySpace. 2008 blev IT-användandet mer moget och nyttoorienterat. Svenskarna var ute ur sin IT-pubertet.

2007 IT-Mormor

Detta var året då personer 50+ på allvar anammade de möjligheter som modern kommunikationsteknik ger. Helt plötsligt chattade mormor med barnbarnen.

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 SEK och vid utgången av 2008 var det totala antalet abonnemang 135 miljoner i 20 länder. TeliaSonera är noterat på NASDAQ OMX 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

Vad av följande gör du en vanlig dag?

Vad man gör	Totalt		Vad man gör	Män		Vad man gör	Kvinnor
Skickar e-post	81%		Skickar e-post	79%		Skickar e-post	82%
Ringer med mobil	79%		Ringer med mobil	78%		Ringer med mobil	78%
Skickar sms	71%		Skickar sms	64%		Skickar sms	78%
Ringer med fast telefon	57%		Ringer med fast telefon	55%		Ringer med fast telefon	58%
Chattar (t.ex. MSN messenger)	28%		Chattar (t.ex. MSN messenger)	25%		Chattar (t.ex. MSN messenger)	31%
Uppdaterar statusraden på sociala sajter (t.ex. Facebook)	23%		Uppdaterar statusraden på sociala sajter (t.ex. Facebook)	17%		Uppdaterar statusraden på sociala sajter (t.ex. Facebook)	30%
Kommenterar statusrader på sociala sajter	20%		Ringer via dator	10%		Kommenterar statusrader på sociala sajter	26%
Skickar mms	10%		Kommenterar statusrader på sociala sajter	14%		Skickar mms	14%
Kommenterar blogginlägg	9%		Skickar mms	7%		Kommenterar blogginlägg	13%
Skriver blogginlägg	8%		Länkar till text, ljud, bild eller filmer på sociala sajter eller bloggar	6%		Skriver blogginlägg	11%
Ringer via dator	8%		Lägger upp bilder, ljud eller filmer på sociala sajter	5%		Länkar till text, ljud, bild eller filmer på sociala sajter eller bloggar	7%
Lägger upp bilder, ljud eller filmer på sociala sajter	7%		Skriver blogginlägg	5%		Lägger upp bilder, ljud eller filmer på sociala sajter	6%
Länkar till text, ljud, bild eller filmer på sociala sajter eller bloggar	6%		Kommenterar blogginlägg	5%		Ringer via dator	5%
Inget av ovanstående	3%		Inget av ovanstående	3%		Inget av ovanstående	2%
Filmar ett videobloggklipp	1%		Filmar ett videobloggklipp	1%		Filmar ett videobloggklipp	1%

Läs och se mer på trendsajten: www.telia.se/trend och www.teliasonera.com/trend

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes av United Minds under september och oktober 2009 i Sverige, Norge, Finland, Danmark, Kazakstan och Litauen. I samtliga nordiska länder genomfördes undersökningen via e-postenkät, i Litauen däremot via telefonintervjuer. Sammanlagt utfördes 10 728 intervjuer. Urvalen i samtliga länder är baserade på demografiska kvoter för att representera respektive lands befolkning utifrån kön, ålder och geografisk bostadsort.

Ytterligare information till journalister lämnas av:

TeliaSoneras presstjänst, 0771-77 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 SEK och vid utgången av 2008 var det totala antalet abonnemang 135 miljoner i 20 länder. TeliaSonera är noterat på NASDAQ OMX 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