



Danskerne app'er som aldrig før: Mænd henter opskrifter - kvinder ser bold!

"Smartphones" er tidens hotteste buzzword blandt danske mobilbrugere - og med smartphones følger apps i alle afskygninger og til ethvert formål. Men hvilke apps hiter mest? Teleselskabet 3 har bedt et udsnit af kundebasen og medarbejderstaben om at opliste deres favorit-apps, og resultatet overrasker.

Tjek vejrudsigten for dit lokalområde, find en taxa, uanset hvor i landet du har slået dig ned, kyl gnavne fugle gennem luften som hyggeligt tidsfordriv, eller hold dig ajour med dine venners færden på Facebook, Twitter, Foursquare, eller Gowalla. Med det ufattelige antal af applikationer til smartphones (også kaldet apps) er kedsomhed nærmest en utænkeligt.

Men det store udbud af app's gør det også svært at skille skidt fra kanel. Teleselskabet 3 har derfor spurgt sit kundepanel og sine medarbejdere, hvilke apps de synes bedst om. Og der hersker ingen tvivl om, at de sociale medier, som fx Facebook og Twitter, er i høj kurs hos både de kvindelige og de mandlige respondenter. Faktisk er Facebook uden sammenligning den mest populære app af dem alle. Også løbeprogrammer, DMI's byvej, TV2 Nyhederne, 3Mobil-TV, trafiktjenesten BusTogMetro, mobilspillet Angry Birds og musiktjenesten Shazam er særdeles populære apps blandt begge køn.

Men der hører enighed også op. For overraskende nok hiter kgebogs-apps som fx Karolines Kgebog mere hos de mandlige deltagere end hos kvinderne, mens en stor del af kvinderne har brugt sommeren på at følge VM i fodbold samt valuta- og aktiekurserne på tætteste hold på mobilen. Derimod viser kvinderne ingen interesse overhovedet for det hav af både danske og internationale apps, der beskæftiger sig med mode og skønhed.

Undersøgelsen tegner dermed et ganske interessant billede af tidens smartphone-brugere. For selv om en smartphone umiddelbart kan virke som en tidsrøver med de mange underholdnings- og informations tilbud, så bruger vi primært vores smartphones til at udfylde de mange mikropåuser, der opstår i løbet af dagen, når vi f.eks. holder en pause i solen eller kører i tog. Og påuserne bruger vi på at jagte facts, resultater og genveje til tidsbesparelser.

"Vi app'er ofte, men kun i kort tid af gangen. Det tror jeg, er en af grundene til, at fx mode-apps ikke er slået igennem hos kvinderne. Vi gider ikke bruge vores mikropåuser på at shoppe og udvælge, men vi gider godt give valutakursen et hurtigt tjek, så vi kan se, hvad vi kan spare på at købe årets sommerkjole i New York. Og at Karolines Kgebog storhitter hos mændene er vel i bund og grund ikke så mærkeligt. Nu kan de jo slippe af sted med ikke at planlægge aftensmaden hjemmefra. Et hurtigt klik på mo-

Pressemeddelelse

22. juli 2010



bilen, så er lasagneopskriften lige ved hånden," siger Stine Green Paulsen, kommunikationschef i 3 Danmark.

Hvorfor kvinderne har været flittigere til at benytte mobilen til at følge VM i fodbold, er der ingen entydig forklaring på. Et godt bud kunne være, at mændene tabte interessen, da Danmark røg ud efter gruppespillet, og kvinderne derefter kunne nyde synet af fodboldspillerben i fred.

Knap 400 respondenter har deltaget i undersøgelsen.

For yderligere information:

Stine Green Paulsen, kommunikationschef, 3 Danmark, e-mail: stine.greenpaulsen@3.dk, mobil: 31 200 400.

Om 3:

3 tilbyder danskerne mobiltelefoni og mobilt bredbånd på Danmarks bedste mobile datanetværk. I 2001 vandt 3 en 3G-licens og i 2010 en 4G-licens. Med kombinationen af 3's eksisterende prisvindende 3G-netværk og det nye 4G-netværk, vil 3 også i fremtiden levere Danmarks bedste mobile datanetværk. 3 i Danmark er en del af Hi3G Access, som har mobillicenser i Danmark, Sverige og Norge og ejes af Hutchison Whampoa Ltd. (60 pct.) og Investor AB (40 pct.). Begge ejere har global industriel og teknologisk erfaring. 3 samarbejder desuden med selskaber i Hutchison Whampoa-gruppen, som har 3G-licenser i Australien, Østrig, Hongkong, Macau, Irland, Israel, Italien og Storbritannien. Du kan besøge 3 på www.3.dk.