



pressmeddelande

Stockholm 2005-12-14

UPCs Europeiska TV-undersökning 2005 avslöjar stora skillnader i tittarbeteende mellan olika åldersgrupper

- Ungdomar i Europa ser på TV för nöjes skull, äldre tittar för att få information
- TV anses som mest trovärdig nyhetskälla om en nationell katastrof skulle inträffa
- Äldre européer är stora TV-konsumenter, jämfört med yngre

Äldre personer (50 +) ser på TV för att hålla sig informerade, medan yngre (16-29 år) tittar för nöjes skull. De äldre tillbringar mycket mer tid framför TVn jämfört med yngre och de äldre spelar oftare in sina favoritprogram. Bara 3 % av svenskarna säger att huvudskälet för att se på TV är att förkovra sig – för norrmännen är motsvarande siffra 27 %, framgår det av UPCs undersökning.

Gemensamt för alla åldersgrupper av europeiska TV-tittare är att man anger nyhetssändningar på TV (52 %) som mest trovärdig informationskälla om en nationell katastrof skulle inträffa, följt av radio (18 %) och tidningar (15 %). Fast européerna är ändå skeptiska till vad som sägs i TV-nyheterna: bara 21 % tror att informationen alltid är sanningsenlig. Av alla européer är polackerna mest skeptiska mot nyheterna i TV (42 %), medan schweizarna (17 %) och svenskarna är minst skeptiska (18 %). Flertalet (48 %) anser att nyhetssändningar i TV är lika pålitliga i kommersiella kanaler som public service, medan 41 % har större förtroende för public service kanalernas nyhetsrapportering.

På frågan om vem man anser vara den mest populära nyhetsuppläsaren i TV, svarar de svenska tittarna **Bengt Magnusson** på TV4. På andra och tredje plats kommer SVTs **Katarina Sandström** och **Jarl Alfredius**.

Det här är några av resultaten från en färsk undersökning om TV-vanor i Europa som genomförts på uppdrag av UPC, Europas största bredbands- och kabel-TV-bolag. Undersökningen har genomförts av Research International bland mer än 6 000 personer i de 14 länder i Europa där UPC distribuerar kabel-TV till mer än 10 millioner hushåll: Belgien, Frankrike, Holland, Irland, Norge, Polen, Rumänien, Schweiz, Slovakien, Slovenien, Sverige, Tjeckien, Ungern och Österrike.

Foton samt tabeller och grafer beträffande undersökningen bifogas i separata filer. Materialet är tillåtet för publicering förutsatt att UPC anges som källa.

Berättar nyhetssändningarna sanningen?

Bara 21 % av européerna anser att man kan lita fullständigt på TVs nyhetssändningar. 48 % säger att man har lika stort förtroende för nyheter på public service kanaler som kommersiella kanaler, men 41 % anser att de har större tilltro till public service. Rumänien är det enda landet där man visar större förtroende för de kommersiella kanalernas nyhetssändningar (26 %). I Sverige är det bara 6 % som litar mer på nyheterna i de kommersiella kanalerna.

TV är överlägset som media om en nationell katastrof skulle inträffa. Om något allvarligt händer anser 52 % av européerna att TV är den mest pålitliga källan för information, följt av radio (18 %) och tidningar (15 %). Internet som informationskälla anses mer trovärdigt av de yngre (16 %) än de äldre (10 %) invånarna i Europa. Av svenskarna sätter 17 % Internet främst.

Religion och politik på TV väljs bort av de yngre

Generellt sett så tittar européerna på TV framförallt för att få information (55 %). Fast i Polen är siffran väsentligt högre: 76 %. Av européerna är det bara Irländarna som i första hand tittar för nöjes skull. En annan avvikelse svarar Norge för – där tittar nästan en tredjedel på TV av utbildningsskäl. I Sverige är det bara 3 % som anger utbildning som främsta anledning att se på TV. Men det finns även stora skillnader mellan olika åldersgrupper bland européerna. Av dem som är 50 år och äldre anser 69 % att främsta anledningen att se på TV är att få information. Men av 16-29 åringarna säger 56 % att man framförallt tittar på TV för nöjes skull.

TV-program om inrikespolitiska frågor anses intressanta av 68 % av européerna, fast det är bara 40 % som verkligen försöker titta på programmen. Anmärkningsvärt är att 53 % av alla européer säger att deras politiska rösningsbeteende till viss del påverkas av TV – befolkningen i Rumänien i störst utsträckning (74 %) och i Ungern minst (35 %), medan det är jämnt fördelat i Sverige (50 %). Alla åldersgrupper har samma uppfattning i den här frågan.

De yngre TV-tittarna i Europa saknar helt intresse för program om politiska frågor. Bara 17 % i den yngsta åldersgruppen försöker att titta på programmen, jämfört med 44 % i gruppen 50 år och äldre.

Motsvarande gäller även beträffande TV-program med religiöst innehåll. Bara 8 % av de yngre européerna söker sig till de religiösa programmen, jämfört med 23 % av de äldre. Och 46 % av de yngre tycker till och med att man överhuvudtaget inte ska sända religiösa program på TV.

TV-missbruk

I genomsnitt tycker 89 % av européerna om att diskutera program som sänds på TV – Holländarna pratar framförallt med sin partner, och Rumänerna med sina kollegor. 82 % av européerna ser på TV regelbundet varje dag. Fransmännen tittar mest: 70 % mer än två timmar per dag. I Sverige är motsvarande siffra 55 % och i Schweiz bara 31 %.

Lite uppseendeväckande är att äldre ägnar mycket mer tid åt TV-tittande än yngre. I åldersgruppen 50 år och äldre tittar 62 % mer än två timmar per dag, jämfört med 47 % i gruppen 16-29 år. Och av alla åldersgrupper så är det de äldre som i störst utsträckning spelar in sina favoritprogram (29 %).

Västeuropa kontra Centraleuropa

Undersökningen visar att det finns attitydskillnader kring TV mellan de länder i Väst- och Centraleuropa där UPC är etablerat. I allmänhet är intresset för ny teknik lägre i Centraleuropa jämfört med Västeuropa och man har även färre TV-apparater per hushåll. Intresset för ny teknik är störst i Sverige (89 %) och lägst i Slovakien (45 %). TV-tätast är det på Irland där 53 % av hushållen har tre eller fler TV-apparater.

Om UPC

UPC Sverige AB (UPC) är ledande leverantör av TV- och bredbandstjänster i Stockholmsregionen. För närvarande är ca 297 000 hushåll anslutna till UPCs fiberoptiska nät. Av dessa är ca 86 000 kunder på höghastighets-Internet (chello) och ca 51 000 kunder på digitalTV (alla uppgifter per 30 september 2005). UPC är ett dotterbolag till Liberty Global, Inc. (Nasdaq: LBTYA, LBTYB) med verksamheter i 14 länder i Europa samt Asien och Sydamerika. Se även www.upc.se

Liberty Global har ägarintressen i bredbandsbolag, distributionsföretag och innehållsleverantörer med verksamheter utanför USA, huvudsakligen i Europa, Asien och Sydamerika. Liberty Global med dotterbolag är den största kabel-TV operatören utanför USA, baserat på antal abonnenter. Per den 30 september 2005 hade Liberty Global (exkl. NTL, Irland) en marknadstäckning på 23,6 miljoner hushåll och levererade tjänster till ca 15,2 miljoner kunder (RGU's), inklusive ca 10,7 miljoner abonnenter på kabel-TV, 2,6 miljoner på bredbands-Internet och 1,9 miljoner på telefoni. Se även www.lgi.com

För ytterligare information

Anders Ahlbeck

Informationsdirektör, UPC Sverige AB

Mobil: 070-926 51 94

e-post: anders.ahlbeck@upc.se