



Post- og teletilsynet  
Norwegian Post and Telecommunications Authority

# Befolkningens bruk av elektroniske kommunikasjonstjenester

27. november 2013



## Innholdsfortegnelse

1	Om undersøkelsen.....	8
1.1	Bakgrunn og formål.....	8
1.2	Metode, utvalg og datainnsamling .....	9
1.3	Ulikheter i undersøkelsen i 2011 og 2013.....	12
2	<i>Hvordan rapporten er bygget opp</i> .....	13
3	Fast- og mobiltelefoni.....	14
3.1	Organisering av abonnement.....	14
3.1.1	Fasttelefoni.....	14
3.1.2	Mobiltelefoni .....	16
3.1.3	Bruk av ulike tjenester på mobiltelefonen .....	22
3.2	Hvordan ringer vi? .....	24
3.2.1	Fasttelefoni (inkl. bredbåndstelefon).....	24
3.2.2	Mobiltelefoni .....	25
3.3	Meldinger .....	26
3.3.1	Sende SMS-meldinger med mobiltelefon .....	26
3.3.2	Sende eller motta e-post med mobiltelefon .....	27
4	Internett.....	28
4.1	Fast bredbånd.....	28
4.2	Mobilt bredbånd .....	31
4.3	Mobiltelefoni.....	35
4.4	Bruk av ulike tjenester på Internett .....	38
4.4.1	Oversikt .....	38
4.4.2	Surfing på Internett .....	40
4.4.3	Bruk av sosiale medier.....	44
4.4.4	Skype eller lignende tjenester .....	48
4.4.5	Sende direktemeldinger med PC eller nettbrett .....	50
4.4.6	Sende direktemeldinger med mobiltelefon .....	51
4.4.7	Bruk av skytjenester .....	51
4.4.8	Strømming av lyd og bilde.....	55
5	Kvalitet og tilfredshet .....	59
5.1	Fasttelefon.....	59
5.2	Mobiltelefoni.....	60
5.3	Internett over fast bredbånd.....	61
5.4	Mobilt Internett.....	62

5.5	Sammenligning av de ulike tjenestene.....	62
5.6	Smarttelefon eller ordinær mobiltelefon.....	63
5.7	Forskjellige abonnementsstyper på mobil.....	64
6	Mobilitet mellom leverandører.....	65
6.1	Innledning.....	65
6.2	Fasttelefoni.....	65
6.3	Mobiltelefoni.....	72
6.4	Fast bredbånd.....	84
6.5	Mobilt bredbånd .....	92
6.6	Sammenligning mellom de ulike tjenestene.....	96
	Vedlegg 1 – om feilmarginer .....	99

---

## Figurliste

Figur 1	Aldersfordeling av svarmetode .....	11
Figur 2	Omregning av gjennomsnittskår .....	12
Figur 3	Har husstanden fasttelefon eller bredbåndstelefoeni? Fordelt på ulike tekniske løsninger .....	14
Figur 4	Har husstanden fasttelefon eller bredbåndstelefoeni? Fordelt på alder .....	15
Figur 5	Hvor mange abonnement har den enkelte husstanden? 2011 og 2013. ....	16
Figur 6	Hvilken betalingsform har du på abonnementet ditt? 2013 .....	17
Figur 7	Hvilken betalingsform har du for mobilabonnementet ditt? 2013 - Fordelt på alder ....	18
Figur 8	Organisering av mobiltelefonabonnementene for husstander med to eller flere abonnement. 2011 og 2013.....	19
Figur 9	Hvem betaler abonnementet ditt? 2011 og 2013. ....	20
Figur 10	Hvem betaler mobilabonnementet ditt? Fordelt etter inntekt. 2013. ....	21
Figur 11	Er det bindingstid på abonnementet ditt? 2011 og 2013. ....	22
Figur 12	Hvor ofte bruker du mobiltelefonen til.... Andel som bruker tjenesten daglig. ....	23
Figur 13	Hvor ofte ringer du med fasttelefon/ bredbåndstelefon hjemme? 2011 og 2013. ....	24
Figur 14	Bruker du mobiltelefon til å ringe med?. 2011 og 2013. ....	25
Figur 15	Bruker du mobiltelefon til å sende meldinger (SMS)?2011 og 2013.....	26
Figur 16	Bruker du mobiltelefon til å sende og motta e-post? 2011 og 2013.....	27
Figur 17	Har du internettilknytning hjemme? .....	28
Figur 18	Fast bredbånd fordelt på teknologi. Fordeling på region .....	29

Figur 19 Har du internettilknytning hjemme? Teknologisk løsning. Fordeling på kommunestørrelse.....	30
Figur 20 Benytter du deg av mobilt bredbånd? Flervalgsspørsmål. 2013 .....	31
Figur 21 Benytter du deg av mobilt bredbånd? Fordeling på kjønn. Flervalgsspørsmål. 2013	31
Figur 22 Benytter du deg av mobilt bredbånd? Fordeling på alder. Flervalgsspørsmål. 2013 .	32
Figur 23 Har du eget abonnement for mobilt bredbånd? 2013.....	33
Figur 24 Dersom du benytter deg av mobilt bredbånd: Har du eget abonnement for mobilt bredbånd? 2013 .....	34
Figur 25 Når kjøpte du sist ny mobiltelefon? 2013.....	35
Figur 26 Når kjøpte du sist ny mobiltelefon? Fordeling på aldersgrupper. 2013.....	36
Figur 27 Var den siste mobilen du kjøpte en smarttelefon? 2013 .....	36
Figur 28 Var den siste mobilen du kjøpte en smarttelefon? 2013 .....	37
Figur 29 Daglig bruk av ulike tjenester på Internett. Flervalgsspørsmål. 2013 .....	38
Figur 30 Andel som ikke bruker angitte tjenester på Internett. Flervalgsspørsmål. 2013.....	39
Figur 31 Andel som surfer på Internett via enten fast eller mobilt bredbånd. 2011 og 2013 ....	40
Figur 32 Andel som surfer på Internett via mobiltelefon. 2011 og 2013 .....	40
Figur 33 Hyppighet for surfing på Internett. 2013.....	41
Figur 34 Hyppighet for surfing på Internett. Fordeling på kjønn. 2013.....	42
Figur 35 Hyppighet for surfing på Internett. Fordeling etter alder. 2013. ....	43
Figur 36 Bruker du fast bredbånd på PC, laptop, eller nettbrett til sosiale medier (f. eks. Facebook, Instagram eller Twitter)? 2011 og 2013.....	44
Figur 37 Bruker du mobiltelefon til sosiale medier (f. eks. Facebook, Instagram eller Twitter)? 2011 og 2013 .....	45
Figur 38 Hyppighet ved bruk av sosiale medier. 2013. ....	46
Figur 39 Hyppighet ved bruk av sosiale medier. Fordeling på kjønn. 2013. ....	46
Figur 40 Hyppighet ved bruk av sosiale medier. Fordeling etter alder. 2013.....	47
Figur 41 Bruker du mobilen til å ringe med Skype, FaceTime eller liknende. 2011 og 2013. ..	48
Figur 42 Bruker du fast bredbånd på PC, laptop, eller nettbrett til å bruke Skype, FaceTime eller liknende?2011 og 2013. ....	49
Figur 43 Bruker du PC, laptop, eller nettbrett til å sende direktemeldinger med MSN Messenger, Skype, iMessenger eller lignende?2011 og 2013.....	50
Figur 44 Sende direktemeldinger på mobiltelefon (Skype iMessage, whatsapp ol.) 2011 og 2013.....	51
Figur 45 Hyppighet ved bruk av skytjenester. 2013. ....	52
Figur 46 Hyppighet ved bruk av skytjenester. Fordeling på kjønn. 2013.....	53
Figur 47 Hyppighet ved bruk av skytjenester. Fordeling på aldersgrupper. 2013.....	54
Figur 48 Hyppighet ved strømming av musikk og radio. 2013.....	55
Figur 49 Hyppighet ved strømming av TV og film. 2013. ....	55
Figur 50 Hyppighet ved strømming av musikk og radio. Fordeling på kjønn. 2013. ....	56
Figur 51 Hyppighet ved strømming av TV og film. Fordeling på kjønn.2013. ....	56

Figur 52 Hyppighet ved strømming av musikk og radio. Fordeling etter alder. 2013. ....	57
Figur 53 Hyppighet ved strømming av TV og film. Fordeling på alder. 2013. ....	58
Figur 54 Kvalitet og tilfredshet for fasttelefoni. 2011 og 2013. ....	59
Figur 55 Kvalitet og tilfredshet for mobiltelefoni. 2013. ....	60
Figur 56 Kvalitet og tilfredshet for Internett. 2013. ....	61
Figur 57 Kvalitet og tilfredshet for Mobilt Internett. 2013. ....	62
Figur 58 Kvalitets og tilfredshet, smarttelefon eller ordinær mobiltelefon .....	63
Figur 59 Kvalitets- og tilfredshetsparametere for like typer mobilabonnement .....	64
Figur 60 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon? Andeler i prosent for 2011 og 2013 .....	65
Figur 61 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon? Fordeling på tradisjonell fasttelefoni og bredbåndstelefon 2013. ....	66
Figur 62 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon? / Hvor ofte ringer du med fasttelefon hjemme? 2013 .....	66
Figur 63 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon?/Hvor ofte ringer du med fasttelefon hjemme? Sammenligning 2011 og 2013. ....	67
Figur 64 Hvor enig eller uenig er du i de følgende påstandene om fasttelefoni?. 2013. ....	68
Figur 65 Dersom du/dere har byttet leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon. Hva er den eller de viktigste årsakene til at dere byttet? Mulighet for flere valg. 2011 og 2013. ....	69
Figur 66 Dersom du/dere har byttet leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon. Hva er den eller de viktigste årsakene til at dere byttet? Fordelt på type fasttelefoni. Mulighet for flere valg. 2013. ....	70
Figur 67 Dersom du/dere ikke har byttet leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon: hva er den eller de viktigste årsakene til at du/dere ikke har byttet leverandør?. Mulighet for flere valg. 2011 og 2013. ....	71
Figur 68 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement?. 2011 og 2013. ....	72
Figur 69 Når byttet du sist leverandør av mobiltelefoni? / Hvor ofte bruker du mobiltelefon til å ringe med? 2013. ....	73
Figur 70 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement/Hvordan har din husstand organisert mobilabonnementene?. 2013. ....	74
Figur 71 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement? / Hvem betaler mobilabonnementet ditt?. 2013. ....	75
Figur 72 Hvor viktige er de følgende momentene for deg når du skal velge leverandør av mobilabonnement? 2011 og 2013. ....	76
Figur 73 Hvor viktige er de følgende momenter for deg når du skal velge leverandør av mobilabonnement? Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement. 2013. ....	77
Figur 74 Andel innenfor ulike aldersgrupper med hensyn til bytte av leverandør av mobilabonnement. 2013. ....	78
Figur 75 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du byttet leverandør av mobilabonnement? Mulighet for flere valg. 2011 og 2013. ....	79

Figur 76 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du ikke har byttet leverandør av mobilabonnement? Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.....	80
Figur 77 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement? / Hvem betaler mobilabonnementet ditt?(for gruppen som betaler abonnementet selv). 2013.....	82
Figur 78 Hvem betaler mobilabonnementet ditt? / Årsaker til bytte av leverandør av mobilabonnement 2011 og 2013. ....	83
Figur 79 Når byttet din husstand sist leverandør av fast bredbånd?2011 og 2013.....	84
Figur 80 Når byttet din husstand sist leverandør av fast bredbånd? / Type fast bredbånd hjemme? 2013. ....	84
Figur 81 Når byttet din husstand sist leverandør av fast bredbånd? Byttet siste år. 2011 og 2013.....	85
Figur 82 Det er lett å velge abonnement som passer for meg, Jeg kan velge blant mange selskap som leverer bredbånd2011 og 2013. ....	86
Figur 83 Når byttet du sist leverandør av fast bredbånd? / Hastighet på fast bredbånd. 2011 og 2013.....	87
Figur 84 Når byttet du sist leverandør av fast bredbånd? Prosentandel innenfor ulike aldersgrupper som har byttet eller ikke byttet. 2013 .....	88
Figur 85 Når byttet du sist leverandør av fast bredbånd? Prosentandel innenfor ulike kommunestørrelser som har byttet eller ikke byttet. 2013.....	88
Figur 86 Hva er de viktigste årsakene til at du/dere har byttet leverandør av fast bredbånd?. Mulighet for flere valg. 2010 og 2013.....	89
Figur 87 Hva er de viktigste årsakene til at du/dere har byttet leverandør av fast bredbånd?. 2013.....	90
Figur 88 Hva er de viktigste årsakene til at du/dere ikke har byttet leverandør av fast bredbånd?Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.....	91
Figur 89 Når byttet du sist leverandør av mobilt bredbånd?. 2011 og 2013.....	93
Figur 90 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du har byttet leverandør?. Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.....	94
Figur 91 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du ikke har byttet leverandør?. Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.....	95
Figur 92 Når byttet du sist leverandør av...?. 2013. ....	96
Figur 93 "Jeg kan velge blant mange selskap som tilbyr.." og "Det er lett å velge et abonnement som passer for meg".2013.....	97

## Tabeller

Tabell 1 Utvalg og vekting .....	10
Tabell 2 Bruker du mobiltelefonien til å....(Bruk av ulike tjenester på Internett). 2013.....	73
Tabell 3 Hvordan ble du oppmerksom på leverandøren du valgte å bytte til? Mulighet for flere valg. 2013. ....	98

Tabell 4 Feilmarginer for prosentuerte resultater i uendelighetsunivers (populasjonen er minst 10 ganger større enn utvalget). Signifikansnivå 95 prosent. ....	99
---	----

# 1 Om undersøkelsen

## 1.1 Bakgrunn og formål

Denne rapporten fra Post- og teletilsynet (PT) analyserer hvordan befolkningen i Norge benytter de viktigste elektroniske kommunikasjonstjenestene. Det er mange tilbydere i markedet og rapporten analyserer også i hvilken grad forbrukerne bytter tilbyder for de enkelte tjenestene samt bakgrunnen for dette. Dataene er hentet fra en landsomfattende spørreundersøkelse mot forbrukerne i 2013. I mange sammenhenger sammenlignes resultatene fra 2013 med resultater fra en tilsvarende undersøkelse i 2011.

PT skal fremme konkurransen i markedene for elektroniske kommunikasjonstjenester og sikre at alle brukere får tilgang til gode, rimelige og fremtidsrettede tjenester. En viktig forutsetning for effektiv konkurranse er at tilbydere så vel som forbrukere har god informasjon om de enkelte tjenestene samt viktige utviklingstrekk i markedet. PT bidrar til å gi slik informasjon til markedet på flere måter.

PT legger to ganger i året frem statistikk som viser hovedtrekk ved utviklingen i markedene for elektroniske kommunikasjonstjenester. Rapportene er basert på innhentede tall fra alle tilbyderne av elektroniske kommunikasjonstjenester. Tallene er enten fra siste hele år eller fra første halvår. Statistikken i både helårs- og halvårsrapportene omfatter fasttelefoni (inklusive bredbåndstelefoni), mobiltelefoni, mobilt bredbånd og fast bredbånd. Statistikken fordeler seg i all hovedsak på abonnement og omsetning samt trafikk der dette er relevant, i tillegg til markedsandelene for de største tilbyderne.

Ekonomistatistikken beskriver den faktiske utviklingen knyttet til målbare aggregerte størrelser for de enkelte tjenestene, men sier ikke noe om adferden til forbrukerne som etterspør de enkelte tjenestene eller hvilke karakteristika som er knyttet til forbrukerne. Gjennom denne undersøkelsen tar PT sikte på å fremskaffe informasjon om hvordan de enkelte tjenestene benyttes.

Elektroniske kommunikasjonstjenester utgjør bare en begrenset del av de elektroniske (digitaliserte) tjenestene i informasjonssamfunnet som helhet. Statistisk sentralbyrå innhenter og presenterer data som favner en større del enn bare elektronisk kommunikasjon. De mest sentrale publikasjonene fra Statistisk sentralbyrå er de løpende undersøkelsene av IKT i husholdningene og publikasjonen Informasjonssamfunnet. Denne rapporten fra PT konsentreres om elektroniske kommunikasjonstjenester og tar dermed sikte på å gi mer detaljert innsikt om denne delen av det digitale informasjonssamfunnet enn det som publiseres av Statistisk sentralbyrå.



## 1.2 Metode, utvalg og datainnsamling

Respons Analyse AS har i perioden 4. april – 14. juni 2013, gjennomført datainnsamlingen til en nasjonal befolkningsundersøkelse om forbrukernes anvendelse av ekom-tjenester.

Undersøkelsen er gjennomført på oppdrag av Post og teletilsynet. Den har vært gjennomført som en postalundersøkelse med utsending av skjema, men med mulighet for å kunne svare på web for de som ønsket dette.

Undersøkelsen bygger på en tilsvarende undersøkelse gjort i 2011. Spørreskjemaet for 2013 er utviklet av Post – og teletilsynet i samarbeid med Respons Analyse.

Spørreskjemaet ble sendt ut 12. april med svarfrist 25. april. Responsen var i denne perioden relativt treg. 21. mai ble det sendt ut en purring. Da undersøkelsen ble avsluttet 14. juni var det sendt inn til sammen 1652 svar, hvorav 504 var svar på web og 1148 var svar på papirbasert skjema. Totalt var det sendt ut 7000 skjema ved første utsending. Av disse fikk vi 230 i retur pga. feil eller mangelfull adresse. I tillegg fikk vi via telefon beskjed fra 12 personer at vedkommende vi hadde sendt til ikke var i stand til å svare på dette av grunner som demens, psykisk utviklingshemming, eller død. Av dette kan vi da slutte at bruttoutvalget var på 6758. Med 1652 svar, har vi da en svarprosent på 24.

I tilsvarende undersøkelse for 2011 ble det sendt ut spørreskjema til 6619 personer. 157 ble sendt i retur av Posten grunnet feil adresse/flyttinger. 1556 personer svarte på undersøkelsen. Dette gir en svarprosent på 24. Altså lik svarprosent i 2011 og i 2013.

Vi kan imidlertid ikke utelukke at vi har en liten overvekt av personer som i noen grad er mer inne i teamene det ble spurt om enn hva tilfellet er for befolkningen generelt. Der er imidlertid ting som kan tyde på at en slik skjevhet ikke er stor, siden vi fikk flere svar fra de over 60 år, er høyere enn det som var nødvendig for å få et representativt utvalg. Svarprosentene brutt ned på alder er:

15-29 år: 16 %

30-44 år: 20 %

45-59 år: 27 %

60 år og eldre: 34 %

Utvalget består altså av 1652 respondenter. Disse er gitt en vekt som baserer seg på kjønns- og aldersfordeling for befolkningen som er 15 år og eldre fordelt i fire regioner. Nedenfor har vi satt opp faktisk fordeling og vektet fordeling på disse variablene.

Tabell 1 Utvalg og vekting

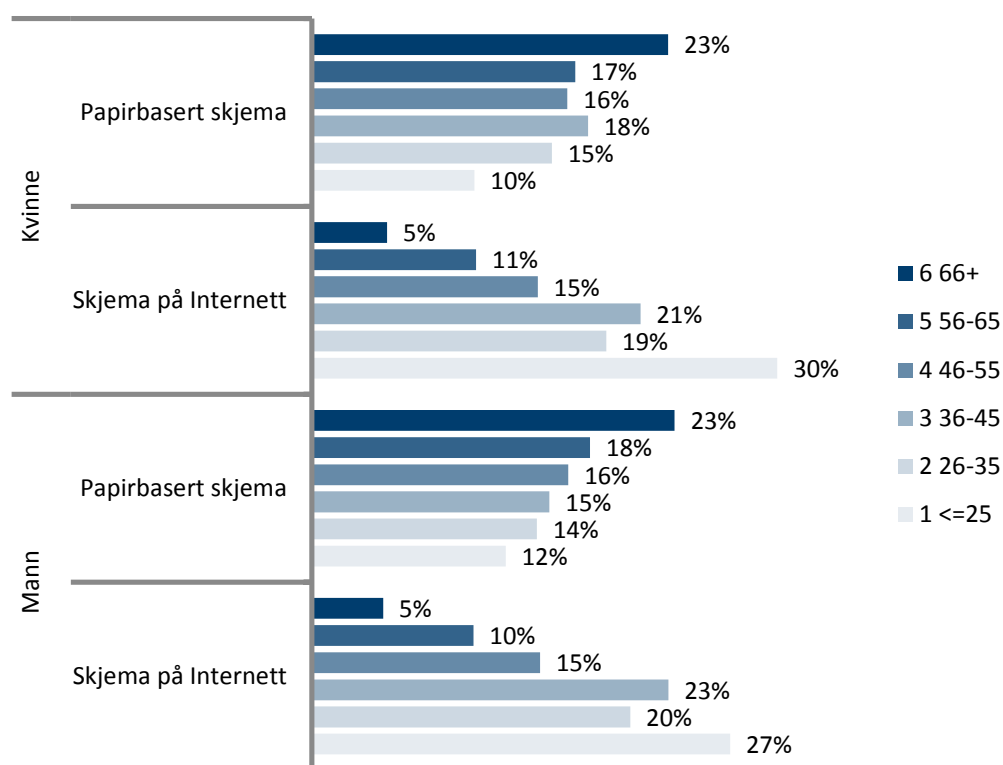
	Faktisk	Vektet
<b>Kjønn</b>		
Menn	864	824
Kvinner	788	828
<b>Aldersgrupper</b>		
15 – 29 år	275	396
30 – 44 år	372	428
45 – 59 år	456	399
60 år og eldre	549	429
<b>Region</b>		
Oslo/Akershus	394	389
Øvrige Østlandet	423	444
Sør – og Vestlandet	526	520
Trøndelag og Nord-Norge	309	299
<i>Totalt</i>	<i>1652</i>	<i>1652</i>

Datainnsamlingen ble gjennomført med postalt og elektronisk spørreskjema. Alle deltakerne fikk tilsendt følgebrev med spørreskjema per post. De fikk valget mellom å fylle ut og sende inn spørreskjemaet på vanlig måte (gjennom en vedlagt svarkonvolutt) eller svare på en elektronisk versjon av spørreskjemaet (med hjelp av et brukernavn og passord i følgebrevet).

34 prosent<sup>1</sup> av respondentene valgte å svare på det elektroniske spørreskjemaet. De resterende, 66 prosent, har sendt inn svarene på det papirbaserte spørreskjemaet. 27 prosent kvinner valgte å fylle ut skjemaet elektronisk, mens 40 prosent menn valgte det samme.

I figur 1 er fordelingene mellom de to svarformene satt opp og fordelt på respondentens kjønn og alder. Figuren viser at det er en større andel blant de unge som svarer via Internett. Aldersprofilen er relativt lik for kvinner og menn.

<sup>1</sup> Denne andelen må sees på bakgrunn av den fremgangsmåten som benyttes for å velge elektronisk skjema i stedet for papirbasert. Respondenten må selv skrive den elektroniske adressen til skjemaet inn i sin nettleser og så fylle ut skjemaet. Hadde for eksempel den elektroniske adressen blitt mottatt i en e-post med klikkbar lenke, ville trolig andelen elektroniske skjemaer blitt betydelig høyere.

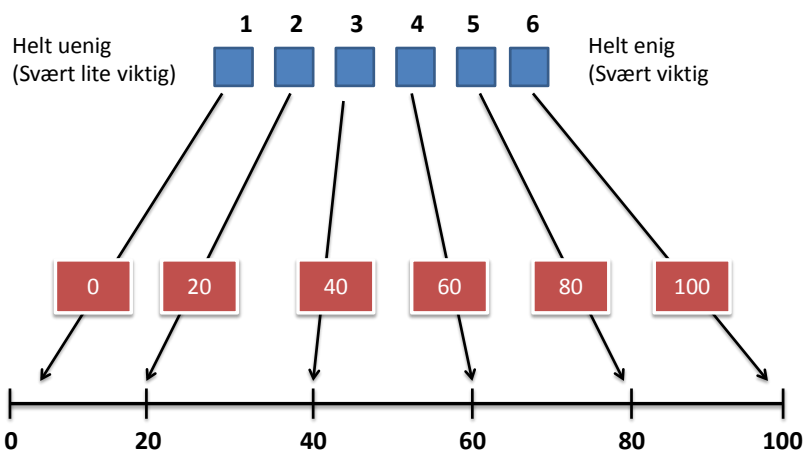


Figur 1 Aldersfordeling av svarmetode

### Forklaring – omregning til gjennomsnittsskårer

I flere av spørsmålene bes respondentene ta stilling til ulike påstander. Avhengig av hvor enig eller uenig de er krysser de av på en skala fra 1 til 6. 1 betyr «helt uenig» og 6 «helt enig». På andre spørsmål skal respondentene ta stilling til hvor viktig noen momenter er for ulike valg. Avhengig av om man vurderer noe som svært lite viktig eller svært viktig krysser de av på en skala fra 1 til 6. 1 betyr «svært lite viktig» og 6 «svært viktig». I sammenligningen mellom grupper er det beregnet et gjennomsnitt basert på hva alle i gruppen har svart på disse spørsmålene. Gjennomsnittet beskriver svarfordelingen i ett enkelt tall. På denne måten blir det lettere å sammenlikne mellom grupper. Vi regner om gjennomsnittet fra den opprinnelige 1-6-punktsskalaen til 0-100-punktsskala for å gjøre skåren intuitivt lettere å forstå. Som vi ser av figur 3, vil et gjennomsnitt på 4 på et spørsmål gi en gjennomsnittsskåre på 60 poeng.

Merk at "vet ikke" og ubesvart ikke er med i beregningen av resultatpoeng.



Figur 2 Omregning av gjennomsnittskår

### Forklaring – behandling av «ubesvart» og «vet ikke»

Svært mange spørsmål inneholder svaralternativet "vet ikke". Videre er det enkelte respondenter som unnlater å svare på enkelte spørsmål som er relevant. Omfanget av "vet ikke" svar og ubesvarte spørsmål kan variere betydelig mellom ulike typer spørsmål og dette omfanget er viktig informasjon for tolkning av resultatene. I figurene er hyppigheten av "vet ikke" og ubesvart som hovedregel ikke tatt inn i figurene. Gjennomgående er det derfor andelene som ikke tar hensyn til ubesvart og "vet ikke" som omtales. I enkelte tilfeller er det også omtale av kategoriene «vet ikke» og «ubesvart». Dette kommenteres da spesielt.

### 1.3 Ulikheter i undersøkelsen i 2011 og 2013

Spørreskjemaene som ligger til grunn for undersøkelsen i 2011 og 2013 har mange sammenfallende spørsmål som ligger til grunn for sammenligning mellom resultatene for de to årstallene. Det er noen endringer i hvilke spørsmål som stilles. For eksempel er det i 2013 spørsmål om du har mobiltelefon med 4G i 2013. Dette spørsmålet var ikke med i 2011. Det er også endringer i svaralternativ i spørsmål som eller ser like. For eksempel er det endringer i alternativene for hvorfor du har valgt å bytte leverandør av mobiltelefoni. Dette kan gjøre sammenligning mellom 2011 og 2013 vanskeligere. Dette omtales der det er relevant i rapporten.

Spørsmållstillingen for bruk av Internettjenester er også endret i 2013 sammenlignet med 2011. I 2011 ble respondentene spurt om de benyttet Internettjenester på datamaskin uavhengig av teknologi. I 2013 spør vi om hvilken plattform man benytter tjenesten på. Man kan benytte samme tjeneste på forskjellige plattformer. I tallene for 2013 har man tre grupper av Internettjenestebrukere<sup>2</sup>:

- De som kun har fast bredbånd
- De som både har fast og mobilt bredbånd
- De som kun har mobilt bredbånd

## ***2 Hvordan rapporten er bygget opp***

I rapportens kapittel 1 beskrives bakgrunnen for undersøkelsen, hvordan den er gjennomført og ulike metodespørsmål som er sentrale for tolkningen av resultatene. Kapittel 2 beskriver strukturen i rapporten.

I kapittel 3 ser vi på talebasert kommunikasjon. Dette kapittelet omtaler bruk av talebaserte tjenester som fasttelefoni, mobiltelefoni samt tjenester som Skype, Google talk, Oovoo etc.

Kapittel 4 omtaler meldingsbasert kommunikasjon. SMS er en tjeneste som brukes relativt mye. Vi ser på dagens bruk og fremtidig bruk av SMS. I tillegg ser vi også på tjenester som MSN Messenger eller lignende og sosiale medier (for eksempel Facebook eller Twitter).

Kapittel 5 ser nærmere på de enkelte ekomtjenestene inklusive kvalitet og tilfredshet.

I kapittel 6 omtales mobiliteten mellom leverandører innenfor fasttelefoni, mobiltelefoni, fast bredbånd og mobilt bredbånd.

I vedlegg 1 er det en omtale av feilmarginer.

---

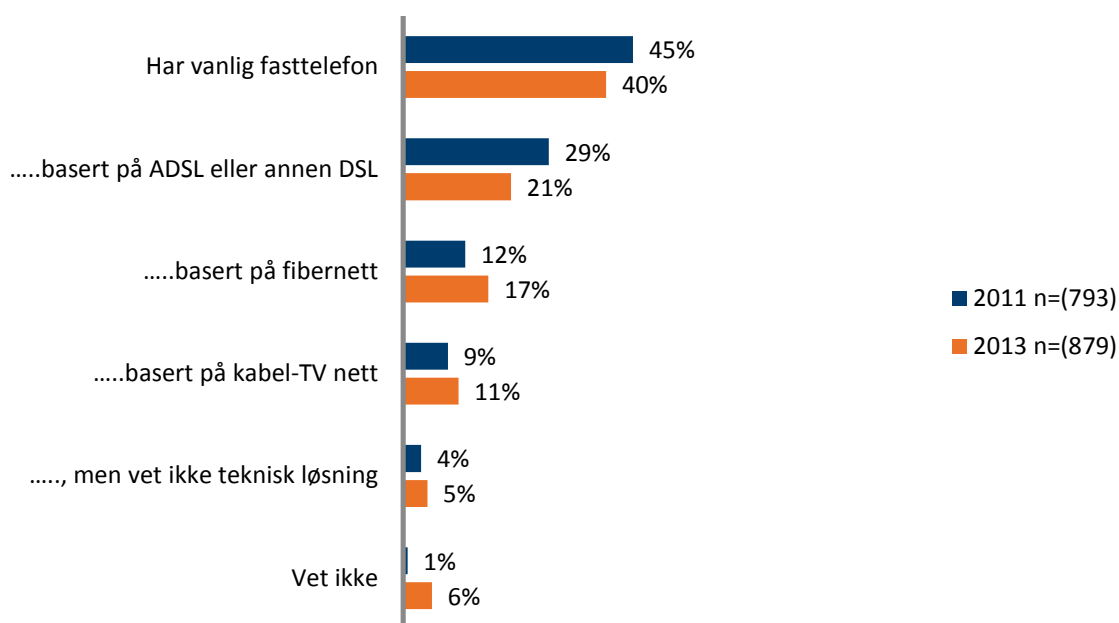
<sup>2</sup> Internett kan også benyttes på mobiltelefon. For internettbruk på mobil er det ikke forskjeller som må tas hensyn til ved sammenligning mellom rapportene i 2011 og 2013

## 3 Fast- og mobiltelefoni

### 3.1 Organisering av abonnement

#### 3.1.1 Fasttelefoni

Figur 3 omfatter respondenter som oppgir at husstanden har fasttelefon. De blir spurt om de har vanlig fasttelefon eller om de har bredbåndstelefon. Hvis de har bredbåndstelefon, oppgir de den tekniske løsningen på bredbåndet. Av de som i 2013 oppgir at de har fasttelefon er det 40 prosent som oppgir at de har vanlig fasttelefon og 53 prosent som oppgir at de har bredbåndstelefon. 21 prosent har bredbåndstelefon via en bredbåndsløsning basert på xDSL. Det er 17 prosent som har bredbåndstelefon via en bredbåndsløsning basert på fibernet, og 11 prosent via en bredbåndsløsning basert på kabel-TV nett. 5 prosent av respondentene kan ikke oppgi hvilken teknisk løsning som benyttes.

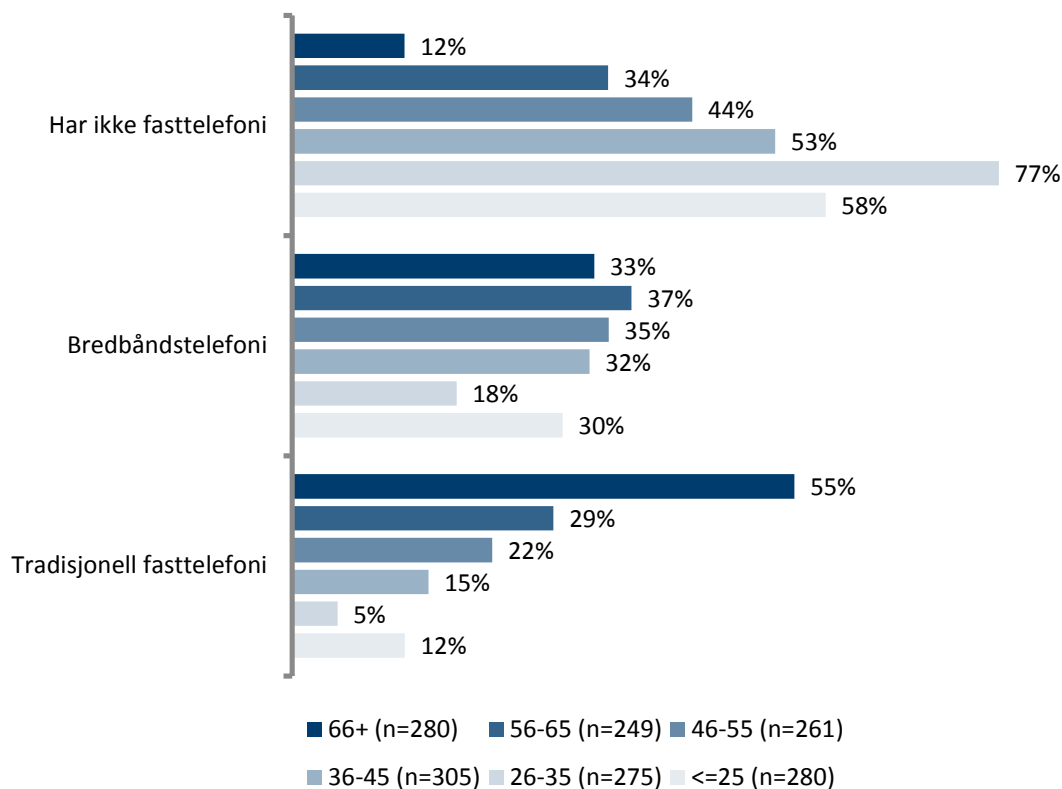


Figur 3 Har husstanden fasttelefon eller bredbåndstelefon? Fordelt på ulike tekniske løsninger<sup>34</sup>

<sup>3</sup>Ca. 0,5 prosent oppgir at de har bredbåndstelefon via radioaksess i 2013 og 2011.

<sup>4</sup> 2011: ubesvart 54, 2013 ubesvart 51

Figur 4 viser at andelen som har tradisjonell fasttelefoni, øker med alder. Årsaken til at andelen er noe større for de under 25 enn de mellom 26 og 35, er sannsynligvis at flere i denne gruppen er medlem i en husstand hvor foreldre er blant de høyere aldersgruppene.

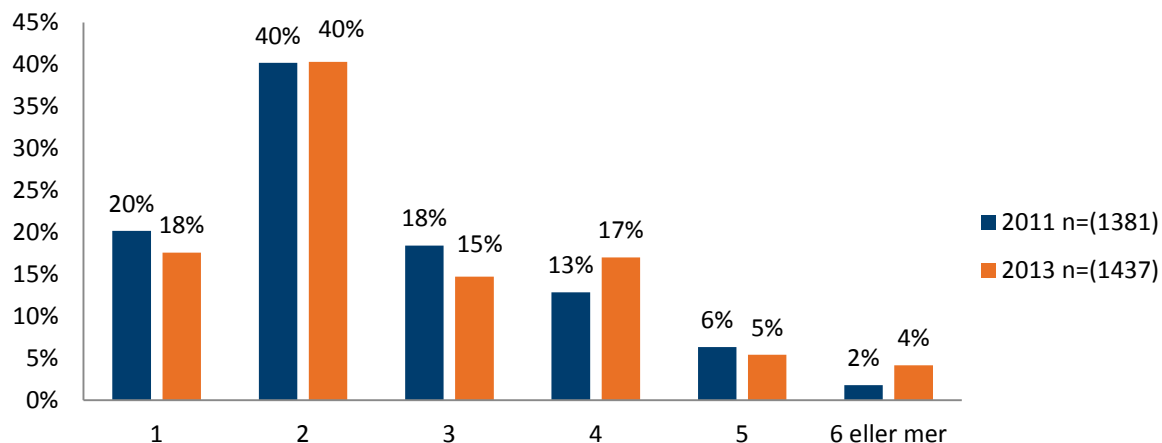


Figur 4 Har husstanden fasttelefon eller bredbåndstelefoni? Fordelt på alder

Det er også slik at bruk av fasttelefoni varierer sterkt. I aldersgruppen lavere enn 25 år bruker kun 4 prosent fasttelefonen daglig. Bruken øker med alder og tilsvarende andel for de over 66 er 40 prosent.

### 3.1.2 Mobiltelefoni

I undersøkelsen blir respondenter med mobilabonnement bedt om å angi antall mobilabonnement i respondentens husstand. Fordelingen fremgår av figur 5. 18 prosent av husstandene har ett abonnement. 40 prosent har to abonnement, mens 41 prosent har 3 eller flere abonnement. 1 prosent av de spurte oppgir at de ikke har mobilabonnement.

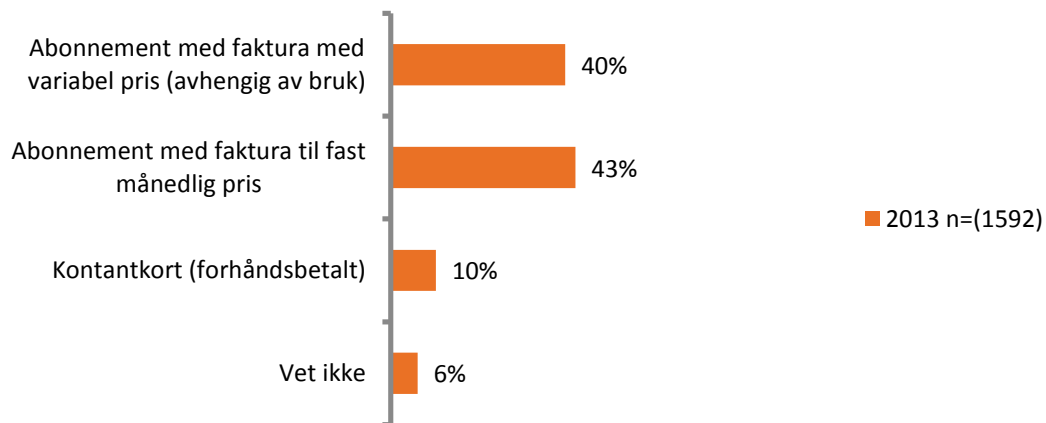


Figur 5 Hvor mange abonnement har den enkelte husstanden? 2011 og 2013.<sup>5</sup>

Den del av utvalget som har mer enn ett mobilabonnement, blir spurt om hvordan husstanden har organisert mobilabonnementene. Bakgrunnen for dette er tilbudet enkelte mobiloperatører har knyttet til familie/venne-løsninger, eller eventuelle andre rabatter når flere abonnement samles i ett selskap.

<sup>5</sup> 2011: Ubesvart 139, 2013: ubesvart 174

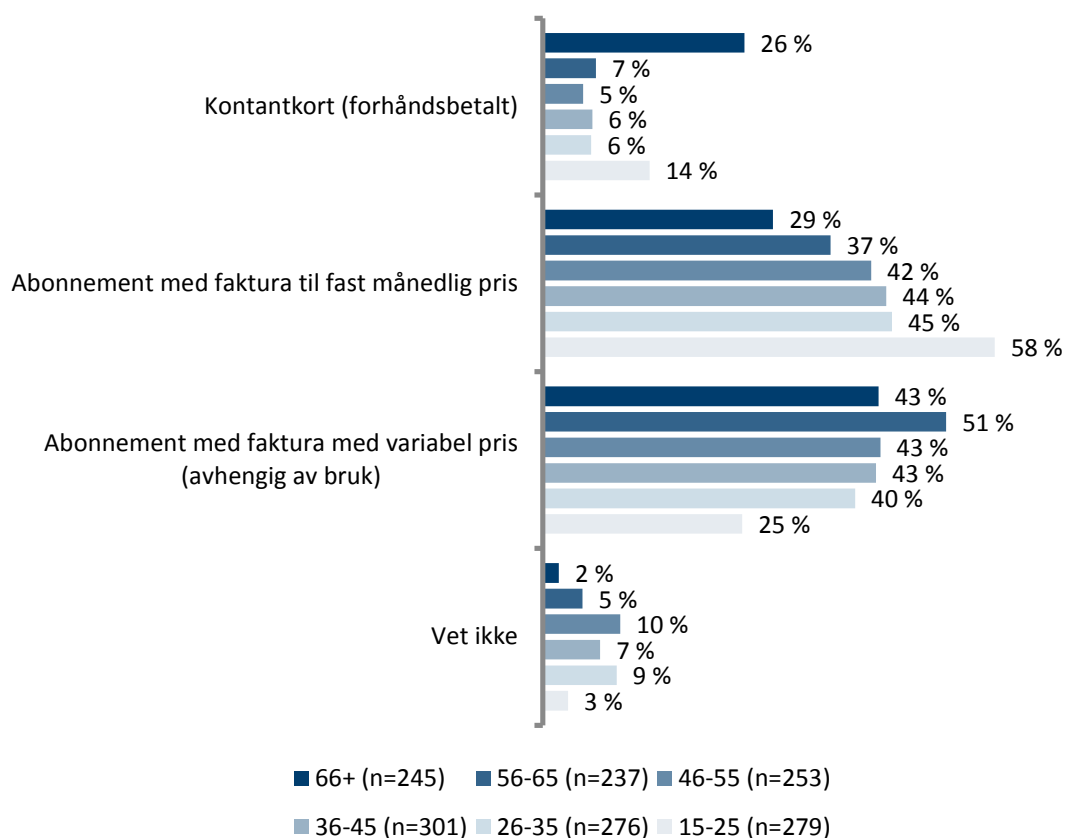




*Figur 6 Hvilken betalingsform har du på abonnementet ditt? 2013*

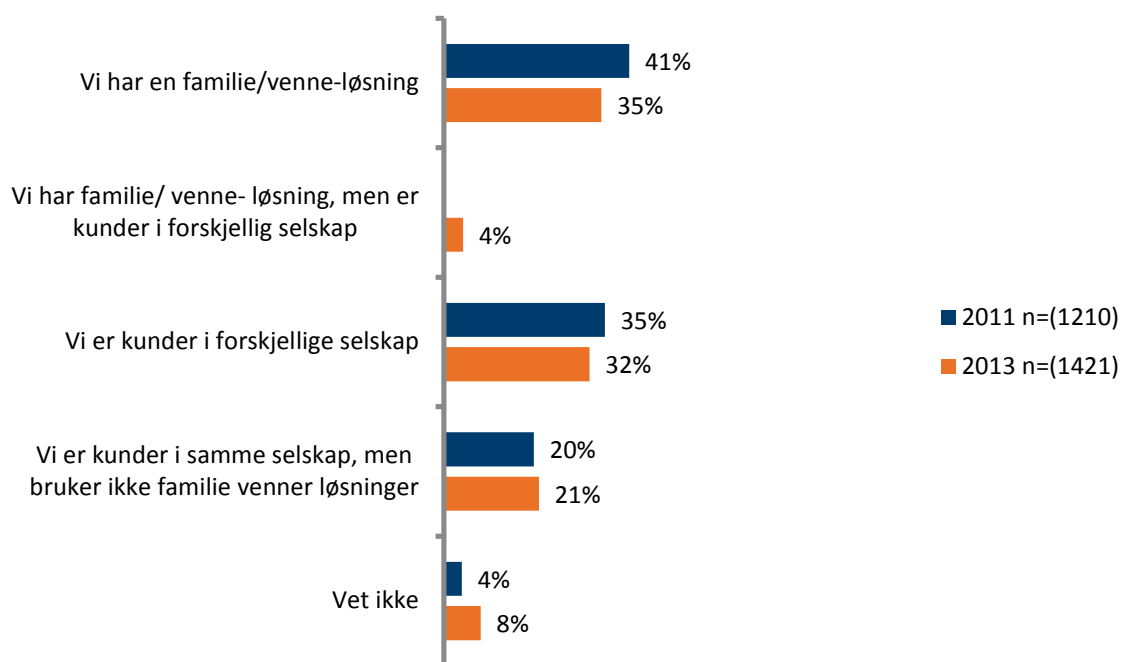
Figur 6 viser hvilken betalingsform mobiltelefonkundene i undersøkelsen har på sitt abonnement. Det er mest vanlig med abonnement med fastpris, mens andelen som har abonnement med pris avhengig av bruk er på 40 prosent. 10 prosent av mobilkundene i undersøkelsen oppgir at de har kontantkort

De fleste har nå mobiltelefon i Norge. Andelen er nær 100 prosent i de yngre aldersgruppene. I aldersgruppen 56-65 er andelen 97 prosent, og for 66+ er andelen 91 prosent. Det er en svært lav andel som svarer «vet ikke» eller ubesvart på spørsmålet om man har mobiltelefon. Figur 7 viser hvor stor andel i de ulike aldersgruppene som har ulike typer abonnement. Kontantkort mer mest vanlig blant de yngste og de eldste. Abonnement med fast månedlig pris er mest vanlig hos de yngste, og andelen avtar med alder.



Figur 7 Hvilken betalingsform har du for mobilabonnementet ditt? 2013 - Fordelt på alder

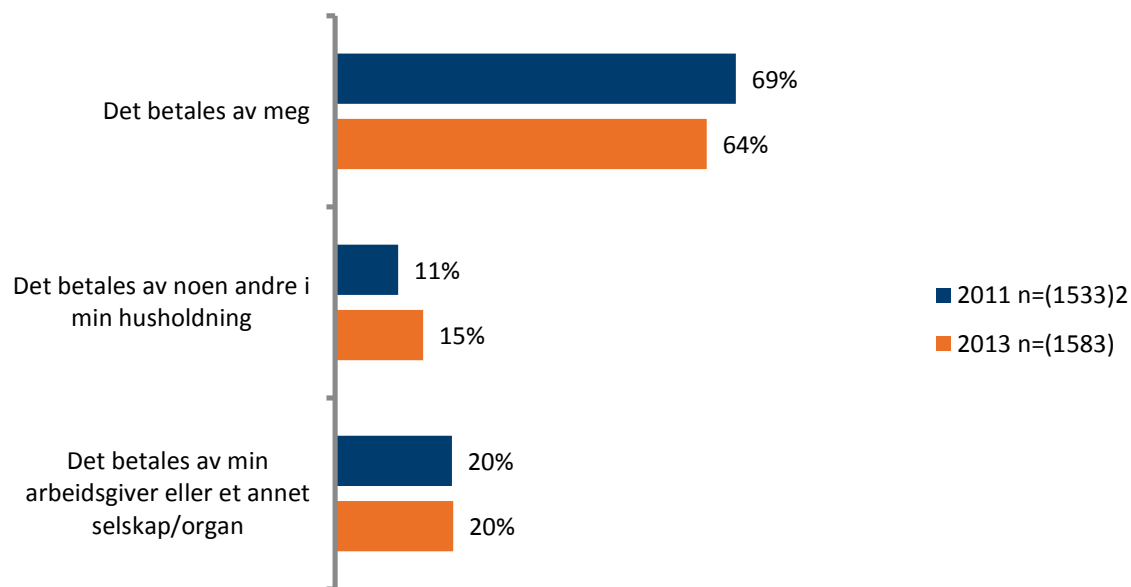
Figur 8 viser hvordan husstander med to eller flere abonnement har organisert abonnementene. 56 prosent av husstander med to eller flere abonnement har abonnementene i samme selskap. 35 prosent har familie/venne-løsning i samme selskap og 4 prosent har familie/venne-løsning, men i forskjellig selskap. Totalt har 39 prosent en form for familie/venne-løsning i 2013. Andelen er noe lavere enn i 2011 hvor 41 prosent svarte at de benyttet en slik abonnementsløsning. 8 prosent vet ikke hvilken løsning de har for sin husstand.



Figur 8 Organisering av mobiltelefonabonnementene for husstander med to eller flere abonnement. 2011 og 2013.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> 2011: Ubesvart 210, 2013: ubesvart 199. Antall ubesvart inkluderer respondenter som kun har ett abonnement

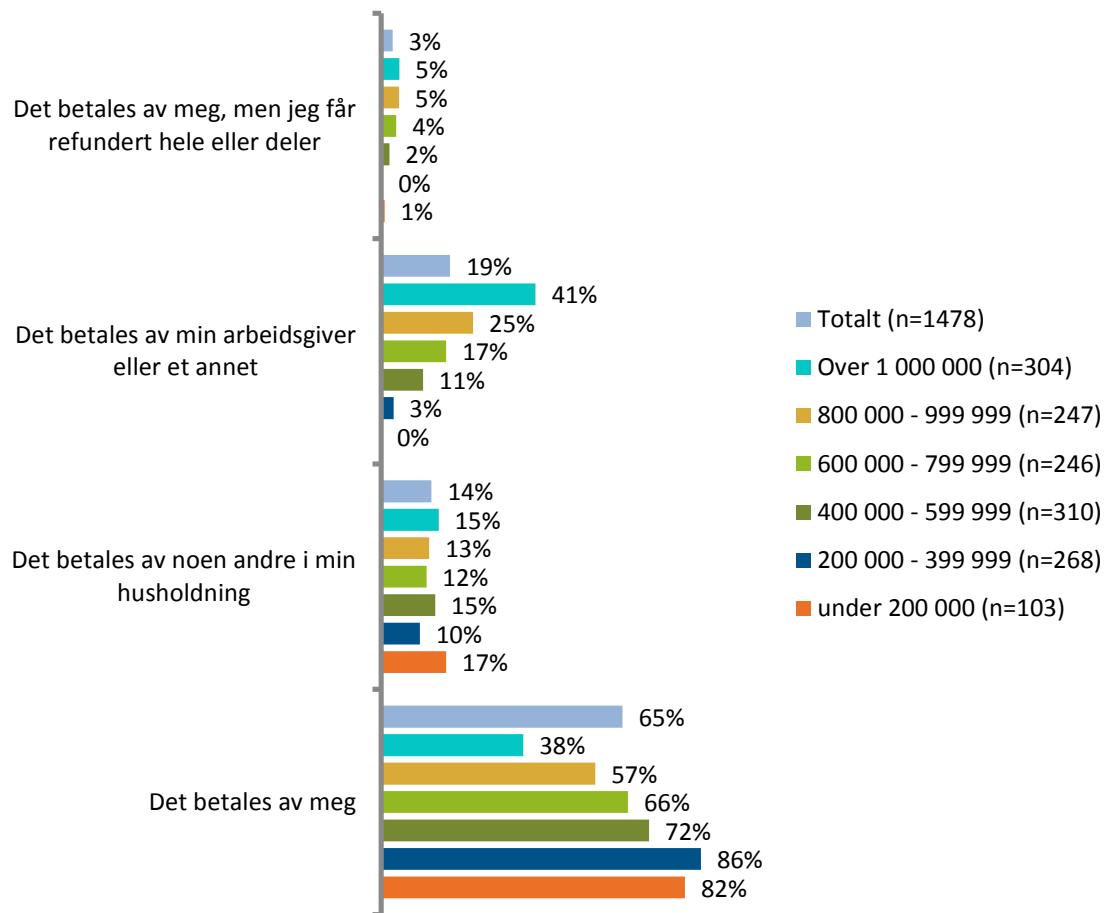
Respondentene i utvalget er spurt om hvem som betaler mobilabonnementet. Svarene fremkommer i figur 9. 64 prosent betaler abonnementet selv. 15 prosent oppgir at andre i husstanden betaler for abonnementet. 20 prosent svarer at mobilabonnementet betales av arbeidsgiver eller at man får refundert mobilbruk. Kun en prosent oppgir at de ikke vet hvem som betaler mobilabonnementet.



Figur 9 Hvem betaler abonnementet ditt? 2011 og 2013.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> 2011: Ubesvart 27, 2013: ubesvart 28

Figur 10 viser hvem som betaler for abonnementet for ulike inntektsklasser. Figuren viser at en større andel av dem med høyest inntekt får betalt abonnement av arbeidsgiver<sup>8</sup>.

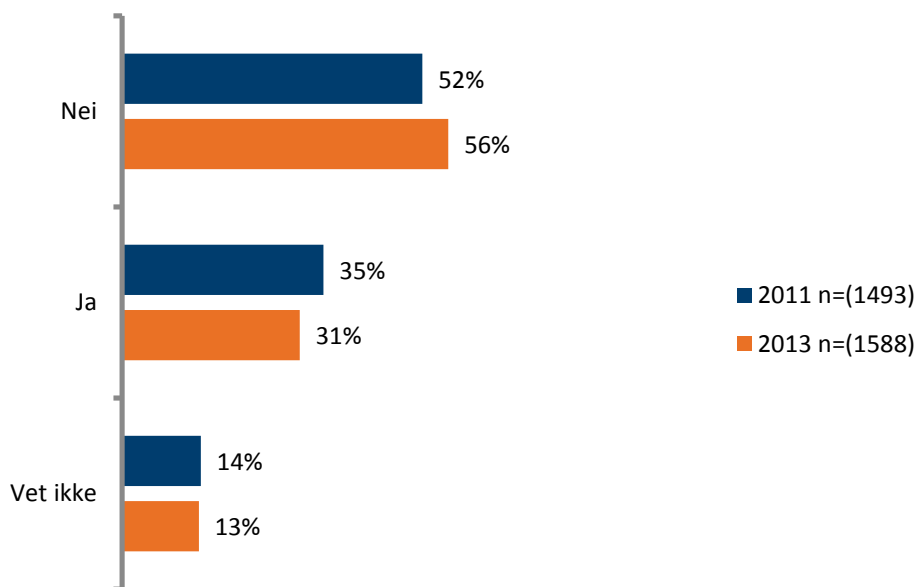


Figur 10 Hvem betaler mobilabonnementet ditt? Fordelt etter inntekt. 2013.

Det er forskjeller i hvor viktig man mener lavest mulig priser er når man skal velge leverandør av mobilabonnement. Forskjellene er ikke stor i de mellomliggende inntektsklassene, men betydelig mellom laveste og høyeste inntektsklasse. De med lav inntekt mener lav pris er viktigst, mens det er av mindre betydning for de med høy inntekt.

<sup>8</sup> 20 prosent av respondentene oppgir at de får dekket mobilregningen av arbeidsgiver

Figur 11 viser om kundene har bindingstid eller operatørlås på mobilabonnementet. Det er vanlig at selgere av mobiltelefonen tilbyr telefonen til en redusert pris mot at kjøperen binder seg til selskapet i tolv måneder.



Figur 11 Er det bindingstid på abonnementet ditt? 2011 og 2013.<sup>9</sup>

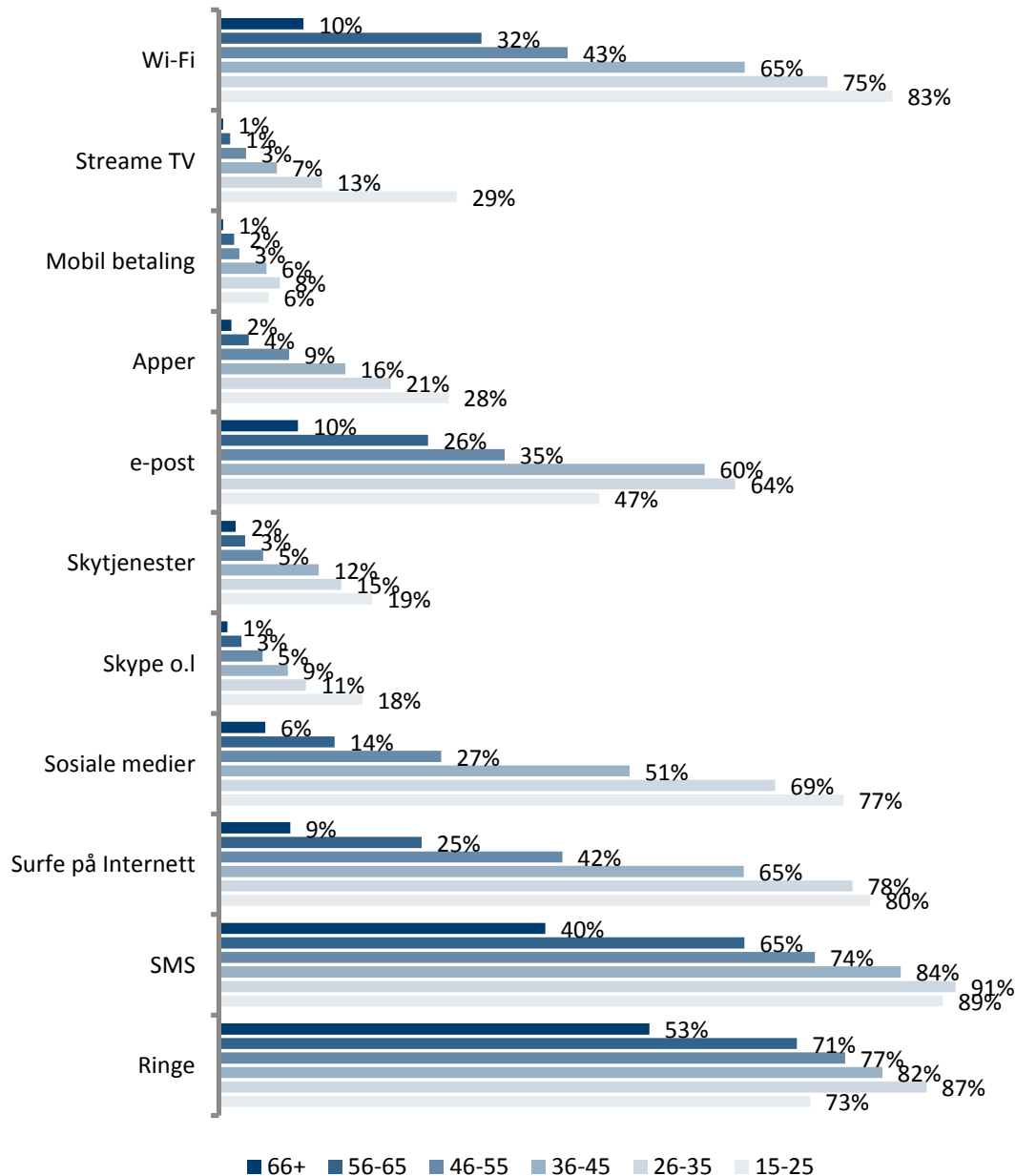
56 prosent svarer at de ikke har binding på mobilabonnementet. Dette er en reduksjon fra 2011 hvor 52 prosent svarte at de ikke hadde binding. 13 prosent er usikker på om de har binding på mobilabonnementet. Det er omentrent som andelen i 2011.

### 3.1.3 Bruk av ulike tjenester på mobiltelefonen

Figur 12 viser hvor stor andel av de ulike aldersgruppene som bruker ulike tjenester på mobiltelefonen daglig. Profilen på søylene viser at generell Internettbruk, sosiale medier og andre netjtjenester brukes mest av de yngre aldersgruppene.

<sup>9</sup> 2011: Ubesvart 26, 2013: ubesvart 31

Det er de mest yrkesaktive aldersgruppene som i størst grad bruker e-post og mobil betaling daglig. Det er også slik at de fire midterste aldersgruppene i større grad har betalt abonnement av arbeidsgiver<sup>10</sup>.



Figur 12 Hvor ofte bruker du mobiltelefonen til.... Andel som bruker tjenesten daglig.<sup>11</sup>

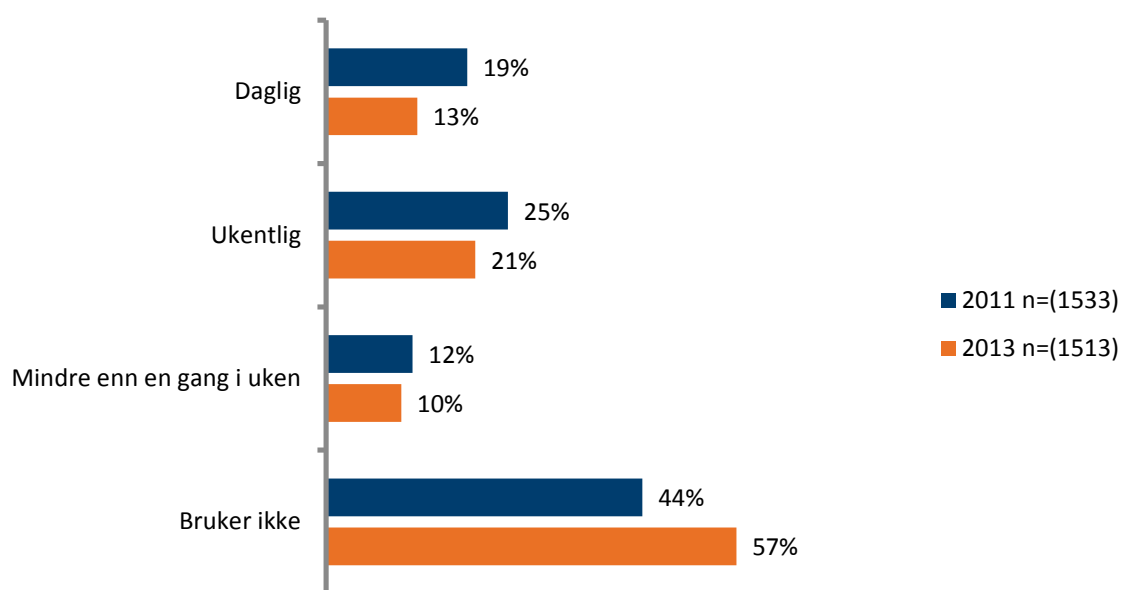
<sup>10</sup> 20 prosent oppgir at de har betalt mobilabonnement av arbeidsgiver.

<sup>11</sup> For aldersgruppen 15-25 varierer antall respondenter fra n=275 til 281, for aldersgruppen 26-35 fra n=265 til n=276, for aldersgruppen 36-45 fra n=290 til n=303, for aldersgruppen 46-55 fra n=239 til n=255, for aldersgruppen 56-65 fra n=216 til n=237 og for aldersgruppen 66+ fra n=192 til n=241. For alle varierer antall respondenter fra n=1497 til n=1593.

## 3.2 Hvordan ringer vi?

I denne rapporten skilles det mellom tre plattformer for talebasert kommunikasjon. Det er fasttelefoni, mobiltelefoni og Skype<sup>12</sup> eller lignende. Fasttelefoni omfatter i denne sammenheng både ordinær fasttelefoni (PSTN eller ISDN) og bredbåndstelelefon. Begge disse tjenestene er offentlige telefonitjenester. Skype eller lignende gir grunnlag for talekommunikasjon over Internett. Dette er ikke offentlige telefonitjenester. Skype og lignende tjenester er nærmere omtalt i kapittel 4.4.4.

### 3.2.1 Fasttelefoni (inkl. bredbåndstelelefon)



Figur 13 Hvor ofte ringer du med fasttelefon/ bredbåndstelelefon hjemme? 2011 og 2013.<sup>13</sup>

Figur 13 viser befolkningens bruk av tradisjonell fasttelefon og bredbåndstelelefon. Bruk av fasttelefon er redusert fra 2011 til 2013. I 2013 oppgir 13 prosent av befolkningen at de ringer med fasttelefon daglig. Dette er en nedgang på 6 prosentpoeng sammenlignet med 2011 hvor 19 prosent oppga at de ringte med fasttelefon daglig<sup>14</sup>. Det er også en nedgang i andelen av befolkningen som benytter fasttelefon ukentlig eller mindre enn ukentlig. 57 prosent oppgir at de ikke ringer med fasttelefoni, mens det i 2011 var 43 prosent som oppga at de ikke ringte med fasttelefon i det hele tatt. I tallene for 2013 ble også respondentene spurt om de har eller ikke har fasttelefoni. 17 prosent av de som oppgir at de har fasttelefoni, bruker den ikke.

<sup>12</sup> Skype er i denne sammenheng en samlebetegnelse for å ringe over Internett basert på tjenester som ikke regnes som offentlig teletjenester. Andre lignende tjenester kan være Google talk eller Ooovo.

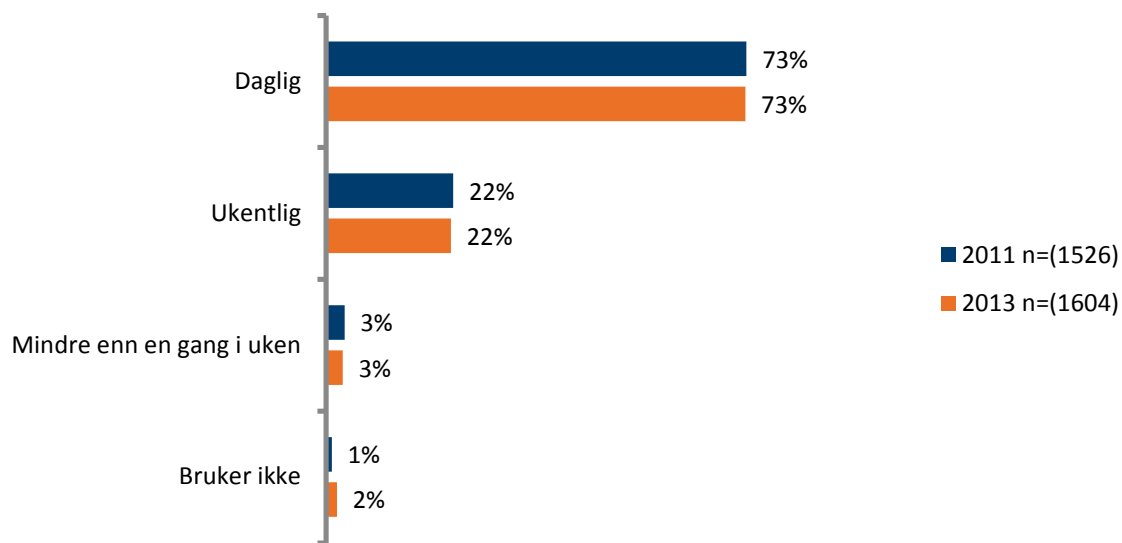
<sup>13</sup> 2011 vet ikke/ubesvart 23, 2013 vet ikke/ubesvart 38

<sup>14</sup> I spørsmålet er det presisert at det er å ringe med fasttelefon/bredbåndstelelefon hjemme. Bruk av fasttelefon på arbeid skal altså ikke regnes med for svarene i 2011.



### 3.2.2 Mobiltelefoni

Figur 14 viser hvor ofte respondentene ringer med mobiltelefon. 98 prosent benytter mobiltelefon til å ringe med. 73 prosent ringer med mobiltelefon daglig, omtrent tilsvarende som i 2011 hvor 72 prosent oppga at de ringte daglig med mobiltelefon. I overkant av 20 prosent ringer ukentlig, også dette er omtrent tilsvarende som i 2011. I 2013 spør vi også om hvor mange som ikke bruker mobiltelefon selv om de har mobiltelefon. De fleste<sup>15</sup> som har mobiltelefon, oppgir at de bruker den til å ringe med.



Figur 14 Bruker du mobiltelefon til å ringe med?<sup>16</sup>. 2011 og 2013.

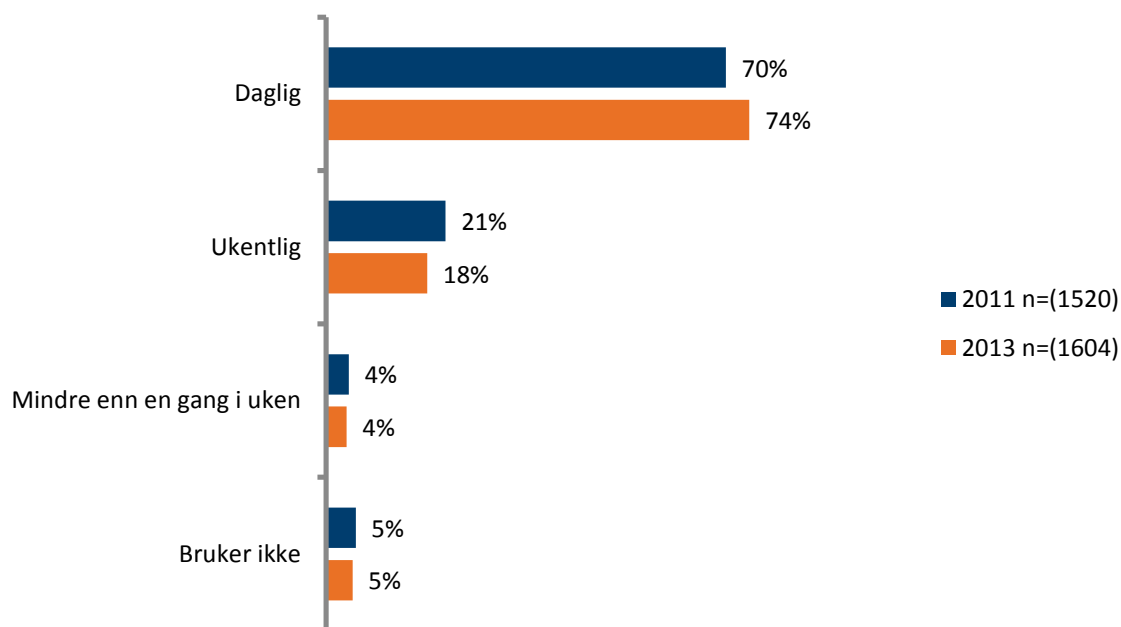
<sup>15</sup> Over 99 prosent

<sup>16</sup> 2011 vet ikke/ubesvart 21, 2013 vet ikke/ubesvart 27

### 3.3 Meldinger

I denne rapporten skilles det mellom følgende former for elektronisk meldingskommunikasjon: sende og motta SMS-meldinger på mobiltelefon, sende og motta direktemeldinger (MSN eller lignende) på datamaskin eller mobiltelefon, sende og motta e-post på mobiltelefon eller bruk av sosiale medier på datamaskin eller mobiltelefon. Sosiale medier er et omfattende begrep og omfatter langt mer enn meldingskommunikasjon. Det dekker mange ulike funksjoner og egenskaper. I dette kapitlet ser vi på SMS og e-post på mobiltelefon. I kapittel 4.4.5 og 4.4.6 omtales øvrige former for meldingskommunikasjon.

#### 3.3.1 Sende SMS-meldinger med mobiltelefon



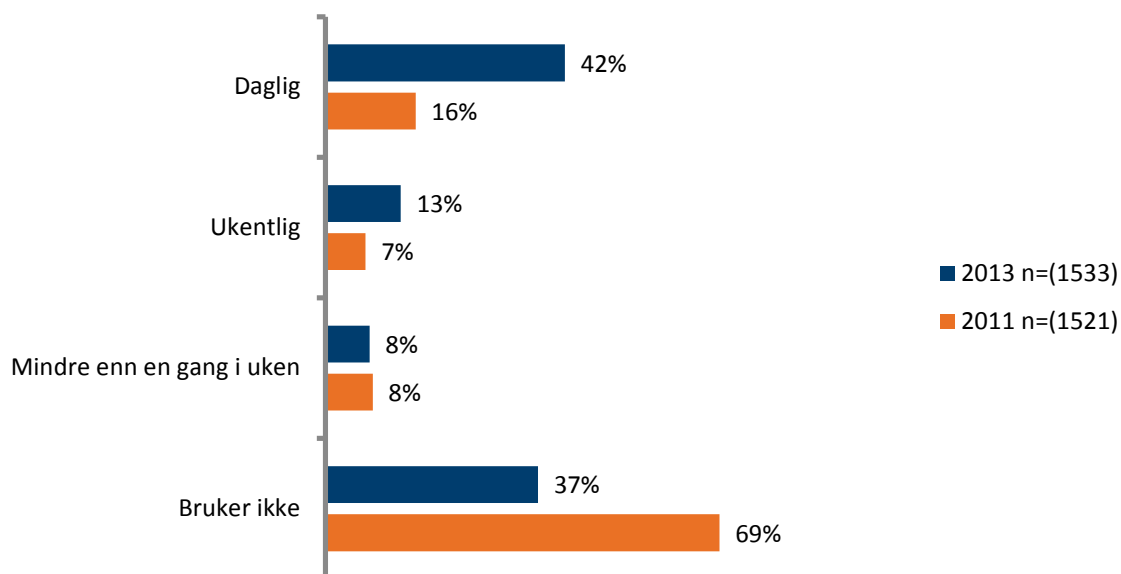
Figur 15 Bruker du mobiltelefon til å sende meldinger (SMS)?<sup>17</sup>2011 og 2013.

I figur 15 vises bruk av mobiltelefon til å sende SMS-meldinger. 95 prosent svarer at de sender SMS-meldinger med mobiltelefonen. Omentrent tre fjerdedeler sender SMS daglig mens tilsvarende tall i 2011 var 70 prosent.

En noe lavere andel av befolkningen sender SMS ukentlig i 2013 enn i 2011. Av de som oppgir at de har mobiltelefon, svarer 3 prosent at de ikke benytter den til å sende SMS med.

<sup>17</sup> 2011 Vet ikke ubesvart 37, 2013 vet ikke ubesvart 44

### 3.3.2 Sende eller motta e-post med mobiltelefon



Figur 16 Bruker du mobiltelefon til å sende og motta e-post? 2011 og 2013.<sup>18</sup>

Figur 16 viser hvor stor andel som benytter mobiltelefonen til å sende eller motta e-post. Mobiltelefonen blir et stadig viktigere arbeidsverktøy, og med økende andel smarttelefonbrukere, viser tallene i figur 16 at det er flere som sender epost med mobiltelefonen enn de som ikke gjør det. I 2011 var det 16 prosent som daglig sendte e-post med mobiltelefonen, mens det i 2013 er hele 42 prosent som benytter e-post på mobiltelefonen daglig. Også andelen av mer sporadiske brukere øker. Fire av ti sender ikke e-post med mobiltelefonen, mens det i 2011 var syv av ti som ikke benyttet e-post via mobiltelefonen.

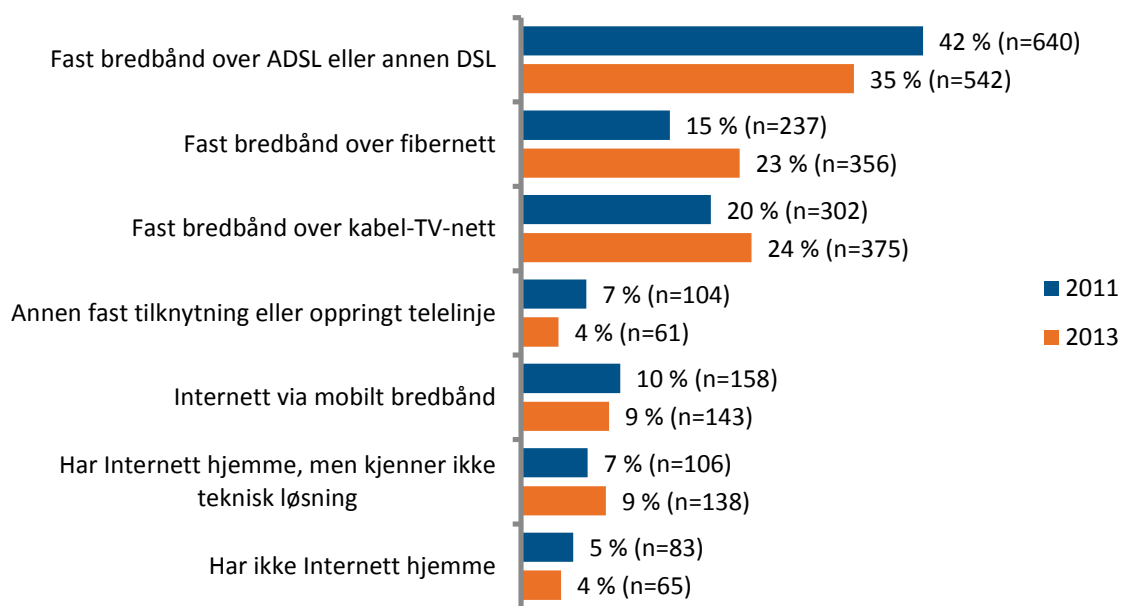
<sup>18</sup> 2011 ubesvart/vet ikke 35. 2013 ubesvart/vet ikke 115

## 4 Internett

### 4.1 Fast bredbånd

I undersøkelsen er utvalget spurt om de har tilgang til Internett hjemme og hvilken teknisk tilknytning som benyttes. Dette er også gjort i undersøkelsen i 2011. Enkelte respondenter har både fast bredbånd og mobilt bredbånd<sup>19</sup>. Mobilt bredbånd er nærmere omtalt i kapittel 4.2. Figur 17 viser fordelingen på de enkelte kategoriene i 2011 og 2013. 35 prosent av respondentene oppgir at de har ADSL eller annen DSL i 2013. I 2011 var det 42 prosent som hadde denne løsningen. Andelen som har bredbånd over fiber eller kabel-TV-nett har økt i samme periode. Dette samsvarer med statistikk som PT innhenter om utviklingen i markedene for elektronisk kommunikasjon.

Underlagsmaterialet viser at det er mange som ikke kjenner til hvilken bredbåndsløsning husstanden har.



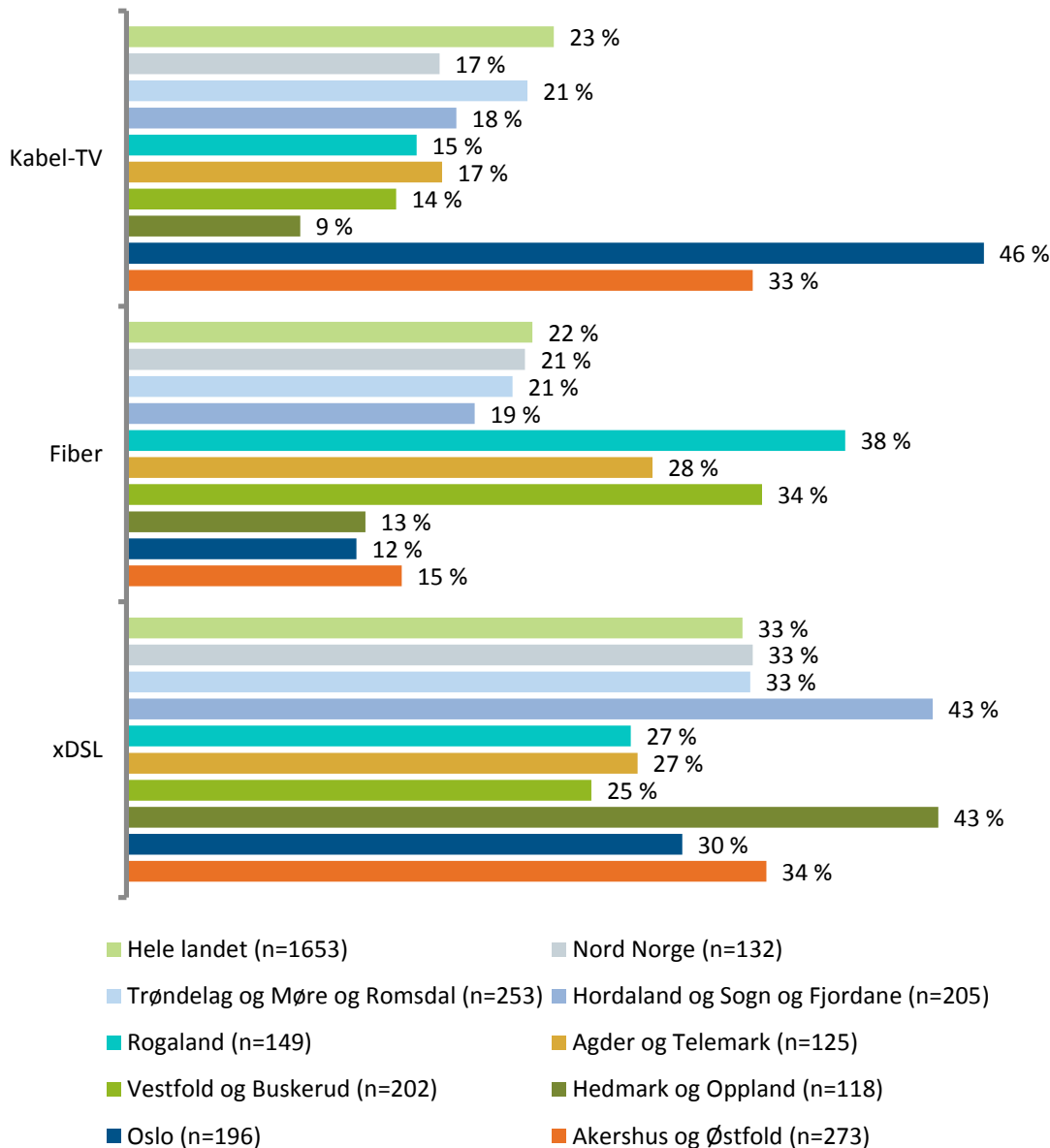
Figur 17 Har du internettilknytning hjemme?<sup>20</sup>

Det er 4 prosent av respondentene som opplyser at de ikke har Internett hjemme. I 2011 var tilsvarende andel 5 prosent. Hovedtyngden av de som ikke har Internett hjemme opplyser at de ikke har behov for slik tilgang. Noen opplyser at de har tilgang til Internett på jobb eller hos familie eller venner.

<sup>19</sup> Dette betyr at enkelte respondenter har krysset av på to løsninger og at summen derfor blir 107 prosent.

<sup>20</sup> 2011: Antall ubesvart/vet ikke 26. 2013: Antall ubesvart/vet ikke 87.

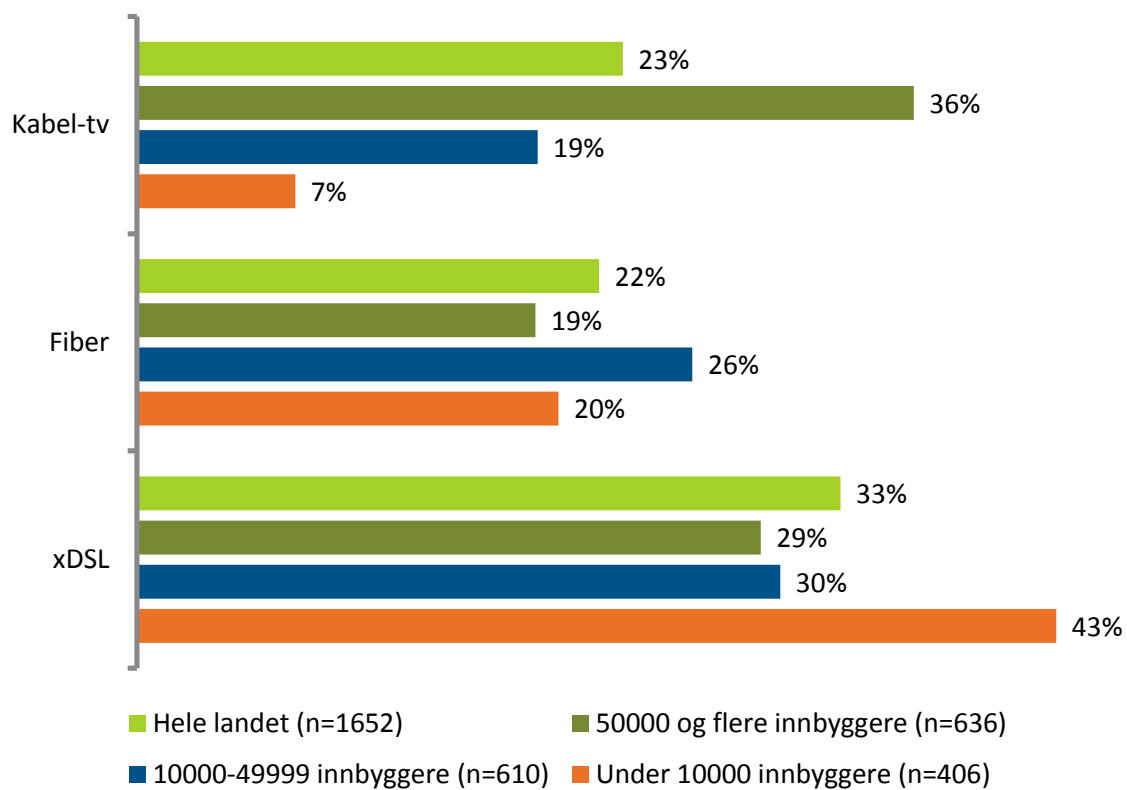
Figur 18 viser hvor stor andel i hver region som har fast bredbånd via DSL, fiber eller kabel-TV. Det kan være relativt store interne ulikheter der fylker er gruppert. For eksempel er det 40 prosent som har fiber i Vestfold, mens tilsvarende tall for Buskerud er 27 prosent. Vestfold er på nivå med Rogaland med 38 prosent. Dette kan ha noe med skjevheter i vårt utvalg å gjøre. Kabel-TV har god dekning i storbyer. Dette ser vi ved at Oslo har en andel kabel-TV på 46 prosent.



Figur 18 Fast bredbånd fordelt på teknologi. Fordeling på region

Fast bredbånd via kabel TV er i stor grad forbeholdt byene. Dette kan illustreres ved å se på hvordan de ulike teknologiene fordeles etter kommunestørrelse. Figur 19 viser at kommuner med mer enn 50 000 innbyggere har et betydelig høyere innslag av kabel-tv, mens de

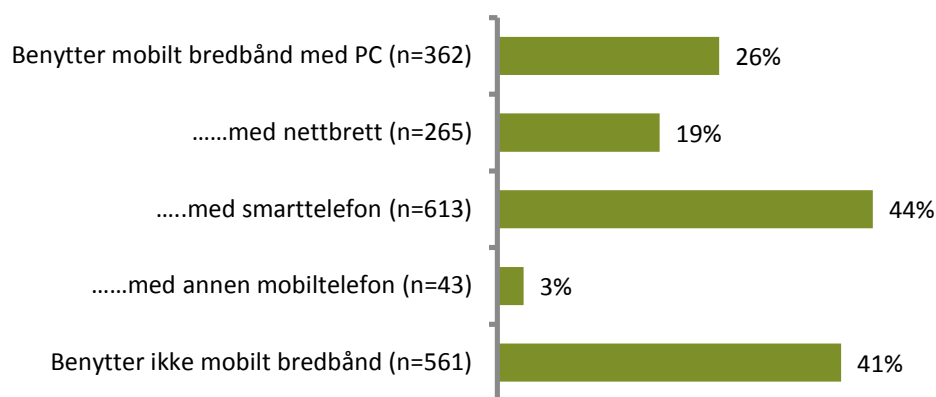
mellomstore kommunene har størst andel fiber. Et fåtall får fast bredbånd via såkalt radiolinje. Denne type tilknytning er mest vanlig i små kommuner.



Figur 19 Har du internettilknytning hjemme? Teknologisk løsning. Fordeling på kommunistørrelse

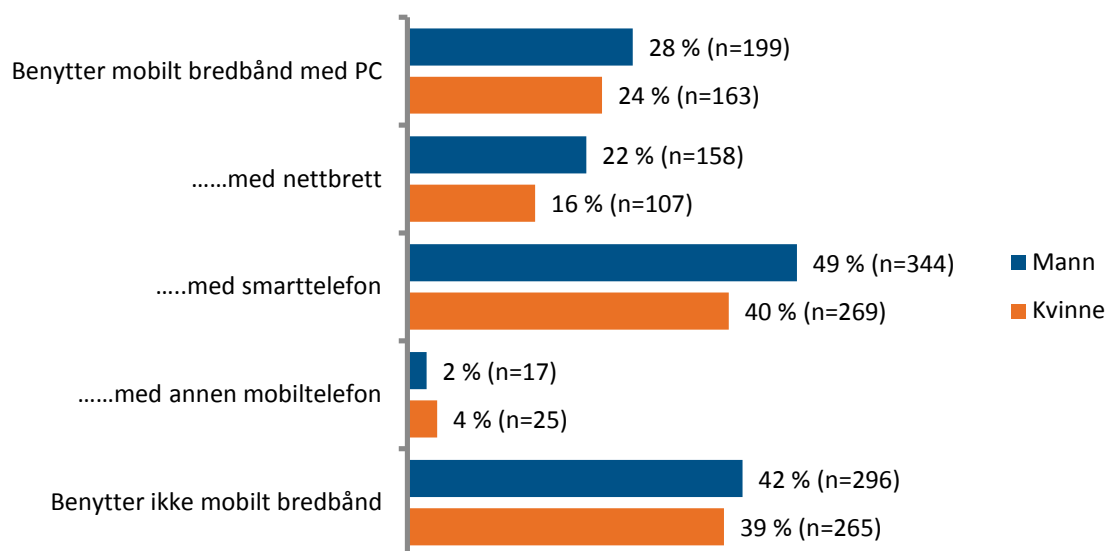
## 4.2 Mobilt bredbånd

Mobilt bredbånd er ikke et entydig begrep og mange oppfatter at de benytter mobilt bredbånd i en rekke situasjoner uten å ha et eget abonnement for dette. Figur 20 viser fordelingen på bruken av mobilt bredbånd. Det er 41 prosent som opplyser at de ikke bruker mobilt bredbånd. Det er altså om lag 60 prosent av respondentene som mener de benytter mobilt bredbånd. 44 prosent av respondentene opplyser at de benytter mobilt bredbånd med smarttelefon, mens 26 prosent benytter mobilt bredbånd med PC.



Figur 20 Benytter du deg av mobilt bredbånd? Flervalgsspørsmål<sup>21</sup>. 2013

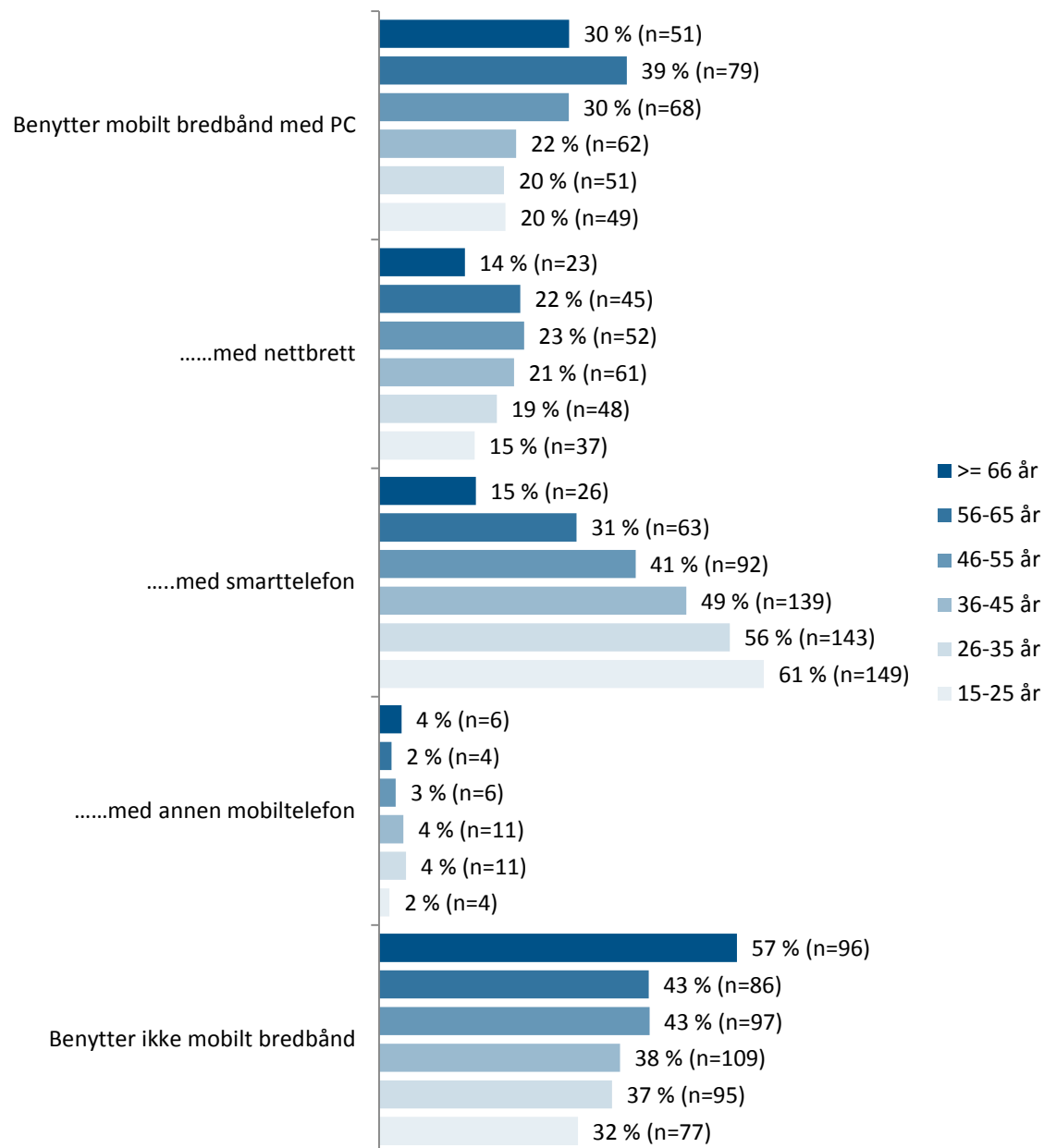
Figur 21 viser hvordan kvinner og menn oppgir at de benytter mobilt bredbånd. Menn opptre med høyere prosentandel i alle de fleste kategoriene, noe som tyder på at menn benytter mobilt bredbånd i flere kategorier enn kvinner.



Figur 21 Benytter du deg av mobilt bredbånd? Fordeling på kjønn. Flervalgsspørsmål<sup>22</sup>. 2013

<sup>21</sup> Antall ubesvart/vet ikke 126

Figur 22 viser aldersfordelingen for respondentene som benytter mobilt bredbånd. 57 prosent av respondentene i aldergruppen 66 år eller mer benytter ikke mobilt bredbånd, mens denne andelen i den yngste aldersgruppen bare er på 32 prosent. Ved bruk av mobilt bredbånd i tilknytning til PC eller nettbrett er det ikke store forskjeller mellom alderskategoriene. Det er det derimot ved bruk av smarttelefon. Her varierer andelen fra 61 prosent i den yngste aldersgruppen til 15 prosent i aldersgruppen 66 år eller mer.



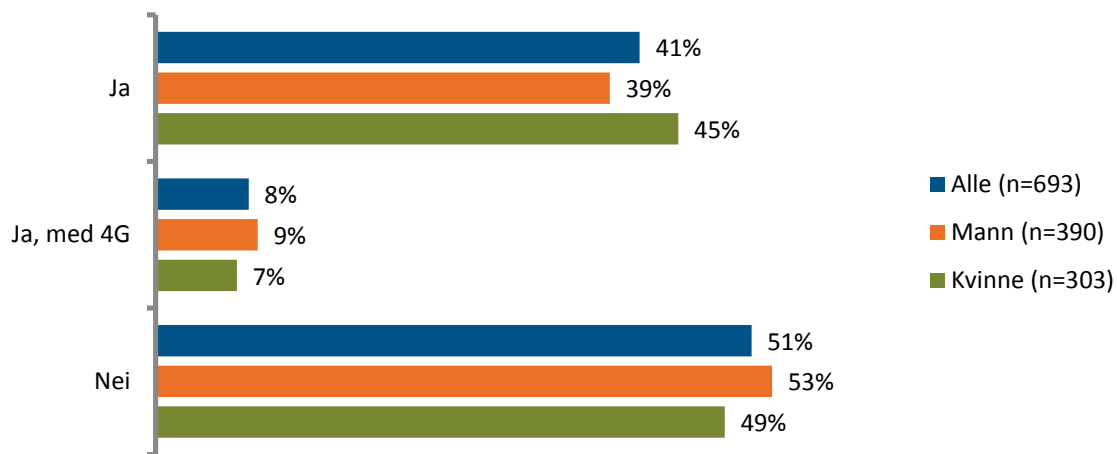
Figur 22 Benytter du deg av mobilt bredbånd? Fordeling på alder. Flervalgsspørsmål<sup>23</sup>. 2013

<sup>22</sup> Menn: Antall ubesvart/vet ikke 49. Kvinner: Antall ubesvart/vet ikke 78

<sup>23</sup> 15-25 år: Ubesvart/vet ikke 15. 26-35 år: Ubesvart/vet ikke 9. 36-45 år: Ubesvart/vet ikke 10. 46-55 år: Ubesvart/vet ikke 19. 56-65 år: Ubesvart/vet ikke 24. >=66 år: Ubesvart/vet ikke 48.



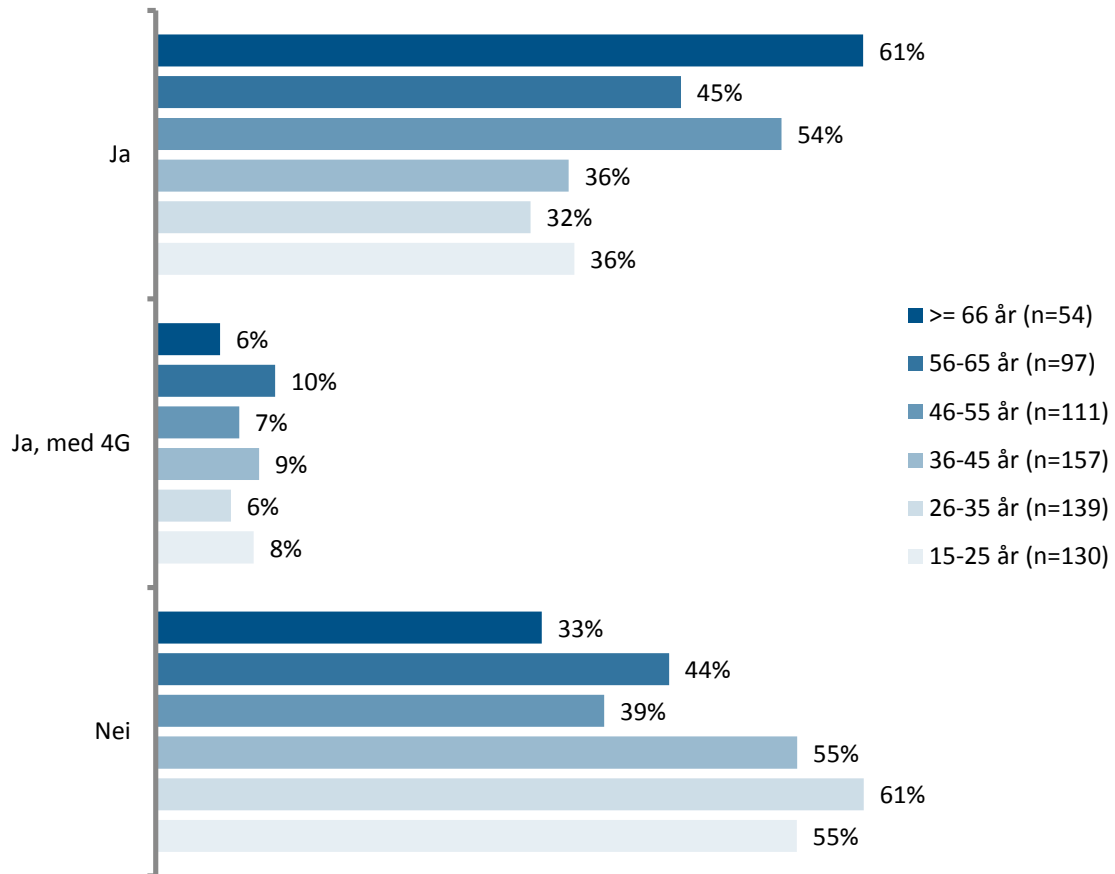
Respondentene som opplyser at de benytter mobilt bredbånd er også spurt om de har et eget abonnement for dette. Svarene fremgår av figur 23. 51 prosent har ikke eget abonnement. 49 prosent har altså abonnement for mobilt bredbånd. 8 prosent oppgir at de har abonnement med 4G kapasitet.



Figur 23 Har du eget abonnement for mobilt bredbånd?<sup>24</sup> 2013

<sup>24</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Menn 54, kvinner 73, alle 127

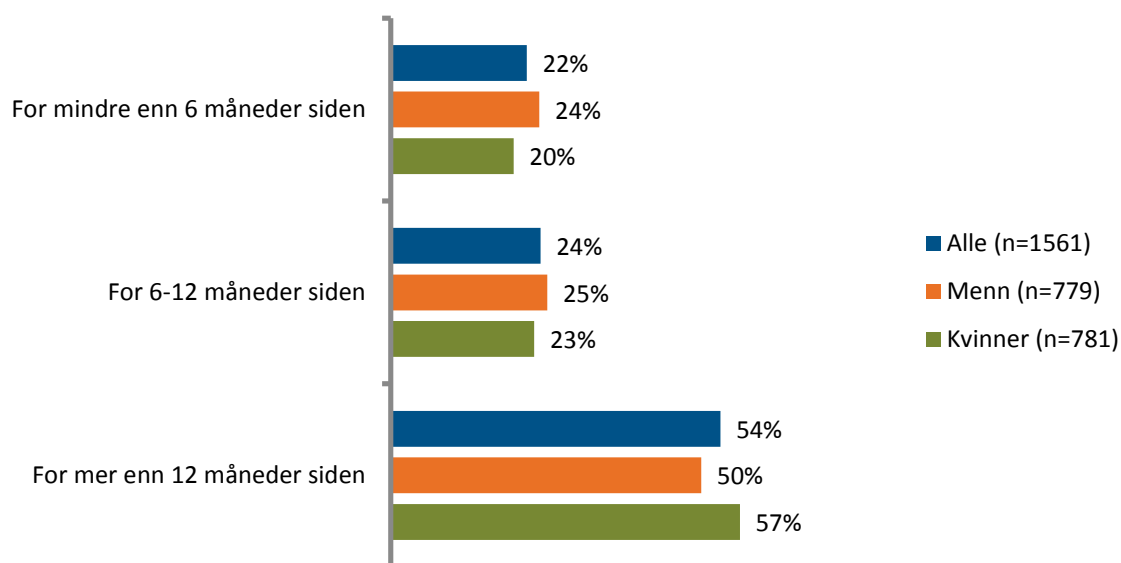
Figur 24 viser aldersfordelingen for respondenter som opplyser at de har eget abonnement for mobilt bredbånd. Det er gjennomgående mer vanlig i høyere aldersgrupper å ha eget abonnement for mobilt bredbånd enn i de yngste aldersgruppene.



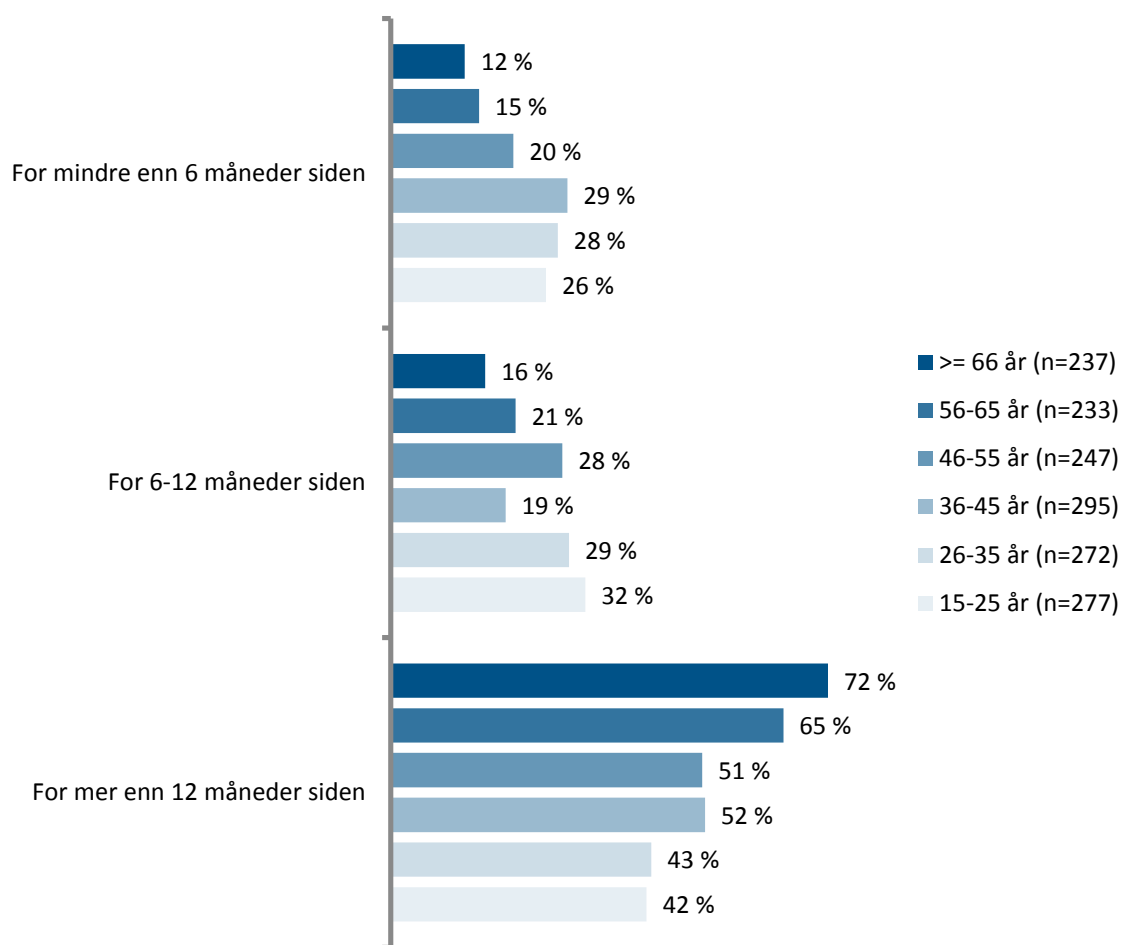
Figur 24 Dersom du benytter deg av mobilt bredbånd: Har du eget abonnement for mobilt bredbånd? 2013

### 4.3 Mobiltelefoni

Respondentene er spurt om når den siste mobiltelefonen ble kjøpt. 46 prosent av respondentene opplyser at de har kjøpt ny mobiltelefon i løpet av de siste 12 månedene. Figur 25 viser at det er noen flere menn enn kvinner som har kjøpt ny mobiltelefon i løpet av de siste 12 månedene, mens figur 26 viser at det særlig er i de yngste aldersgruppene at en relativt stor andel av respondenten har kjøpt ny mobiltelefon i løpet av de siste 12 månedene. I aldersgruppen 25 år eller lavere har hele 58 prosent kjøpt ny mobiltelefon i løpet av de siste 12 månedene. I aldersgruppen 66 år eller mer er denne andelen til sammenligning på 28 prosent.

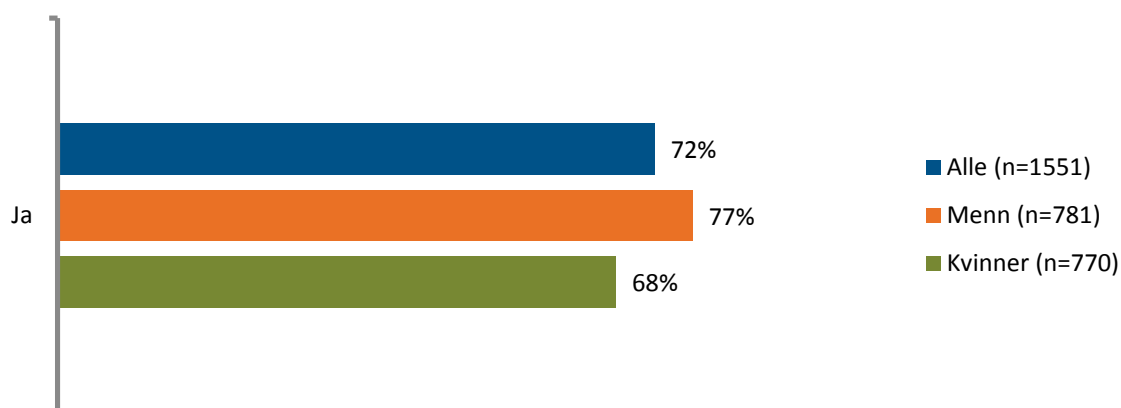


Figur 25 Når kjøpte du sist ny mobiltelefon? 2013

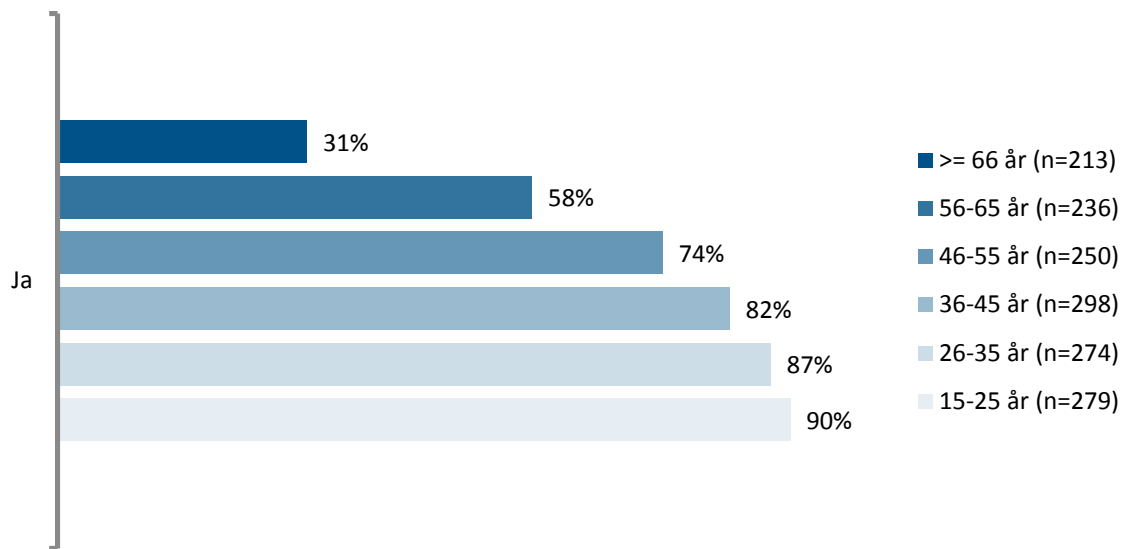


Figur 26 Når kjøpte du sist ny mobiltelefon? Fordeling på aldersgrupper. 2013

Figur 27 viser at 72 prosent kjøpte en smarttelefon siste gang de kjøpte mobiltelefon. Andelen som kjøpte smarttelefon siste gangen, er høyere for menn enn for kvinner. Figur 28 viser at det også på dette punktet er stor forskjell mellom aldersgruppene. I aldersgruppen 25 år er eller yngre var det hele 90 prosent som kjøpte en smarttelefon, mens i aldersgruppen 66 år eller mer var denne andelen til sammenligning på 31 prosent.



Figur 27 Var den siste mobilen du kjøpte en smarttelefon? 2013



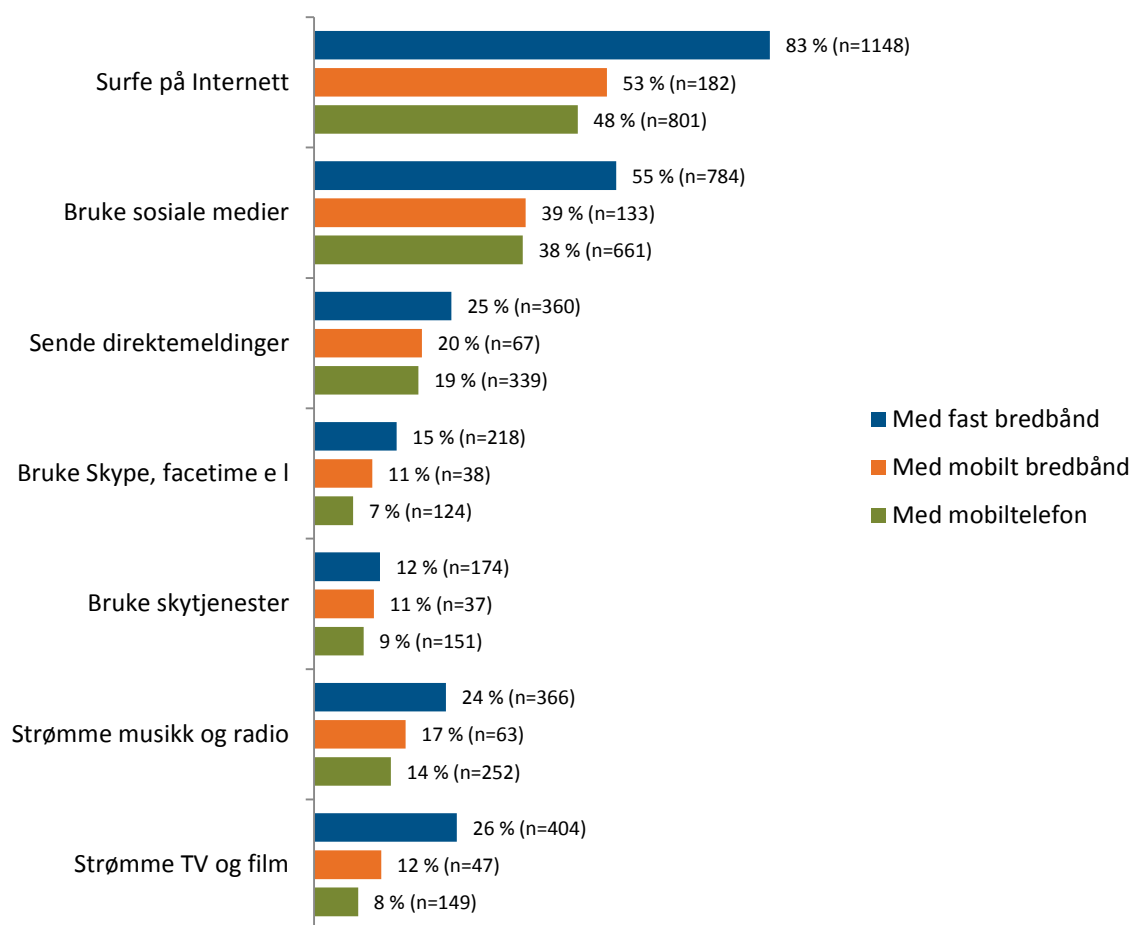
Figur 28 Var den siste mobilen du kjøpte en smarttelefon? 2013

## 4.4 Bruk av ulike tjenester på Internett

### 4.4.1 Oversikt

Respondentene har tilgang til Internett via fast bredbånd i husstanden, ved hjelp av et eget abonnement for mobilt bredbånd eller ved bruk av mobiltelefon. Tilgang til Internett via mobiltelefon kan gjøres via et ordinært abonnement for mobiltelefoni eller via wi-fi tilknyttet et bredbånd. Undersøkelsen skiller ikke mellom disse to måtene å koble mobiltelefonen til Internett.

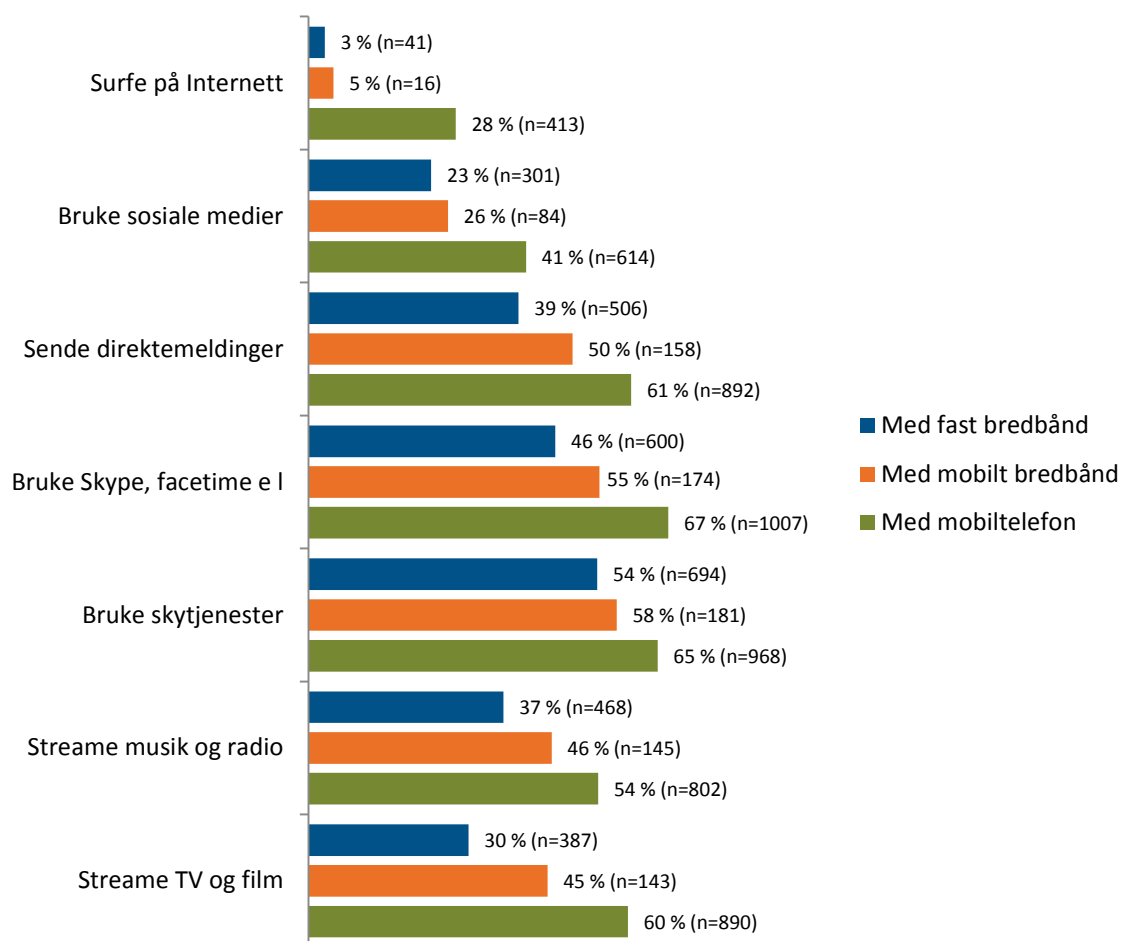
Figur 29 viser en rekke tjenester på Internett og daglig bruk av disse fordelt på de enkelte løsningene for tilgang til Internett.



Figur 29 Daglig bruk av ulike tjenester på Internett. Flervalgsspørsmål<sup>25</sup>. 2013

<sup>25</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – høyeste antall 110, laveste antall 51. Med mobilt bredbånd – høyeste antall 44, laveste antall 17. Med mobiltelefon - høyeste antall 147, laveste antall 116.

Figur 30 viser andelen som opplyser at de ikke benytter de aktuelle tjenestene. Mobilt bredbånd omfatter de respondentene som opplyser at de har eget abonnement for dette. Bruken av de enkelte tjenestene er nærmere omtalt i kapittel 4.4.2 og utover til kapittel 4.4.8. Begrepet «sosiale medier» er beskrevet i kapittel 4.4.3. Begrepet «skytjenester» er beskrevet i kapittel 4.4.7.



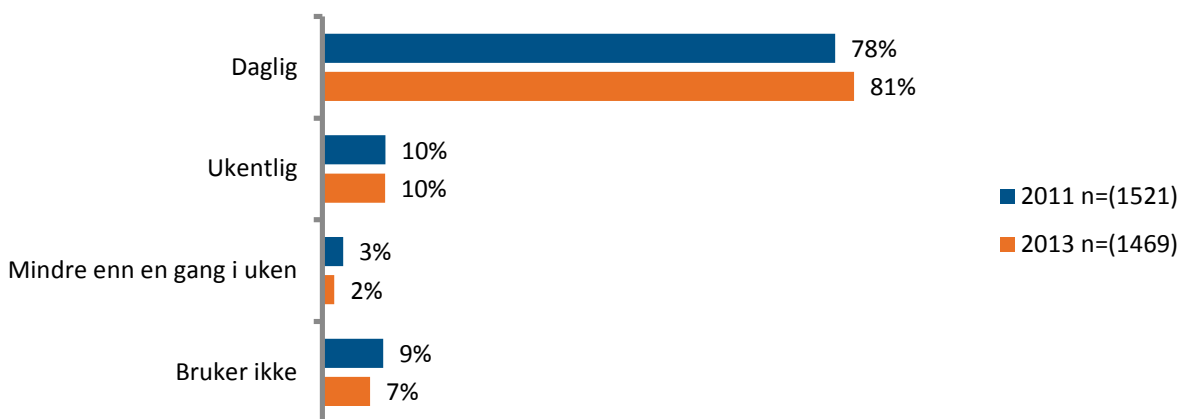
Figur 30 Andel som ikke bruker angitte tjenester på Internett. Flervalgsspørsmål<sup>26</sup>. 2013

<sup>26</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – høyeste antall 110, laveste antall 51. Med mobilt bredbånd – høyeste antall 44, laveste antall 17. Med mobiltelefon - høyeste antall 147, laveste antall 116.

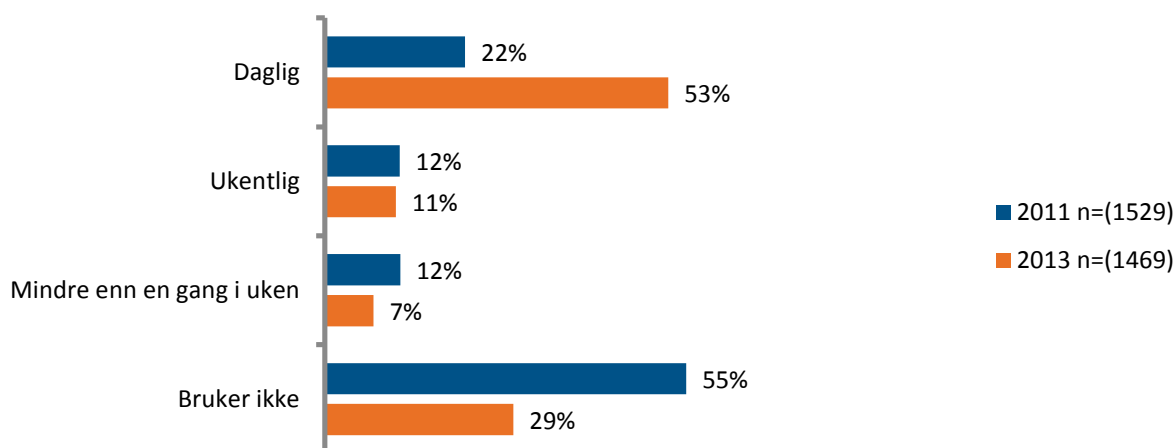
#### 4.4.2 Surfing på Internett

Figur 31, 32 og 33 viser andelen som surfer på Internett på daglig og ukentlig basis eller eventuelt mer sjeldent. Figurene viser også hvor mange som ikke surfer på Internett i det hele tatt. I Figur 31 og Figur 32 er tallene for 2013 sammenlignet med 2011. «Surfe på Internett» benyttes i denne undersøkelsen som samlebegrep for at respondenten benytter tjenester på Internett.

I 2013 er 81 prosent av respondentene daglig på Internett via fast eller mobilt bredbånd. Tilsvarende andel i 2011 var 78 prosent, jfr figur 31. Det er 7 prosent av respondentene som opplyser at de ikke bruker Internett i det hele tatt i 2013. I 2011 var denne andelen på 9 prosent. Figur 32 viser at andelen som surfer på Internett på daglig basis via mobiltelefon har økt fra 22 prosent i 2011 til 53 prosent i 2013.



Figur 31 Andel som surfer på Internett via enten fast eller mobilt bredbånd. 2011 og 2013<sup>27</sup>

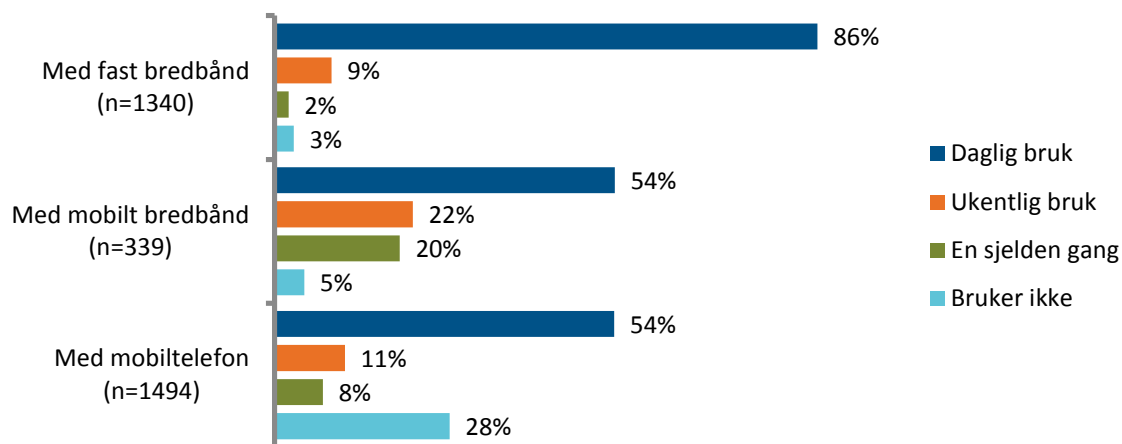


Figur 32 Andel som surfer på Internett via mobiltelefon. 2011 og 2013<sup>28</sup>

<sup>27</sup> 2011: Vet ikke/ubesvart 34. 2013 vet ikke/ubesvart 51



Figur 33 viser at 86 prosent av respondentene er på Internett på daglig basis via sitt faste bredbånd, mens 54 prosent er på Internett på daglig basis via mobilt bredbånd. Den samme andelen oppgir at de er på Internett på daglig basis via mobiltelefonen. Det er 3 prosent av respondentene som opplyser at de ikke benytter Internett i det hele tatt via fast bredbånd<sup>29</sup>. Til sammenligning er det 28 prosent som opplyser at de ikke er på Internett i det hele tatt via mobiltelefonen.



Figur 33 Hyppighet for surfing på Internett<sup>30</sup>. 2013.

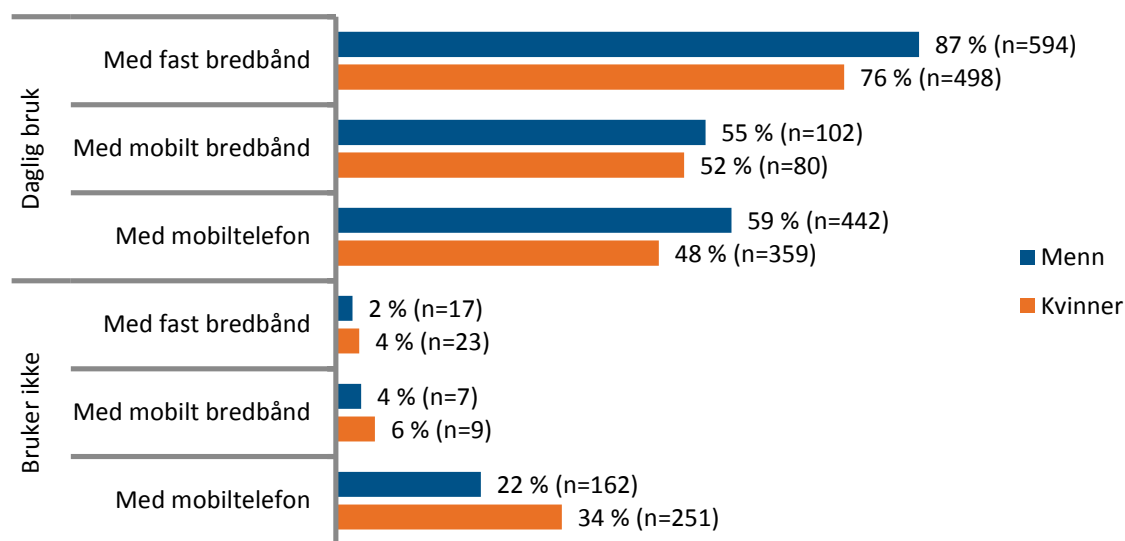
<sup>28</sup> 2011: Vet ikke/ubesvart 28. 2013 vet ikke/ubesvart 100

<sup>29</sup> I tillegg kommer den andelen som opplyser at de ikke har Internett hjemme.

<sup>30</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd 51. Med mobilt bredbånd 17. Med mobiltelefon 127.

Figur 34 viser hyppighet for surfing på Internett fordelt på kjønn, mens figur 35 viser tilsvarende hyppighet fordelt på alderskategorier. Menn har gjennomgående en høyere daglig bruk av Internett enn kvinner. 87 prosent av menn benytter Internett daglig via fast bredbånd. Tilsvarende andel for kvinner er 76 prosent. 59 prosent av mennene benytter Internett på mobiltelefonen på daglig basis. Tilsvarende andel for kvinner er 48 prosent.

Det er 2 prosent av mennene og 4 prosent av kvinnene som oppgir at de ikke er på Internett overhodet via fast bredbånd. Tilsvarende er det 22 prosent av mennene og 34 prosent av kvinnene som oppgir at de ikke er på Internett i det hele tatt via mobiltelefonen.

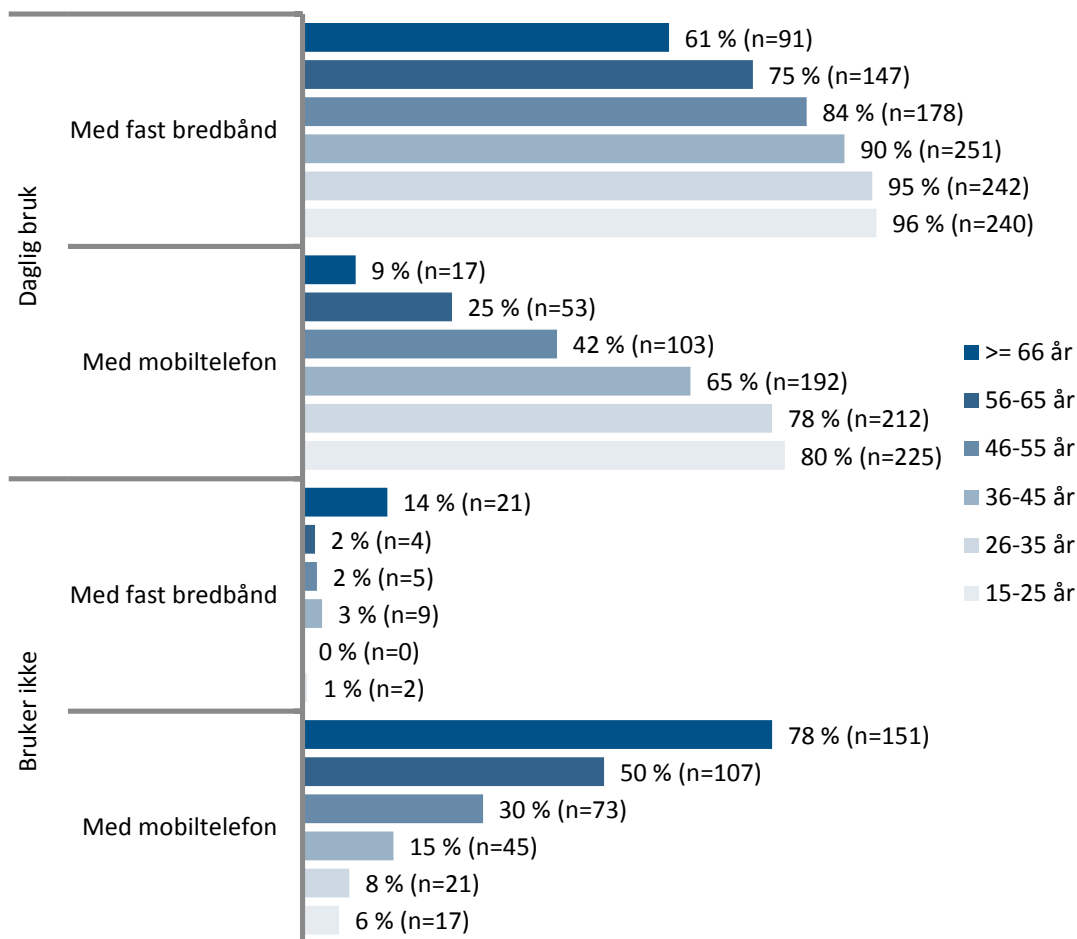


Figur 34 Hyppighet for surfing på Internett. Fordeling på kjønn<sup>31</sup>. 2013.

<sup>31</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – menn 20, kvinner 30. Med mobilt bredbånd – menn 10, kvinner 7. Med mobiltelefon – menn 63, kvinner 64.

Det fremgår av figur 35 at det er klare forskjeller i hyppighet for bruk av Internett mellom de enkelte aldersgruppene. 96 prosent av respondentene i den laveste aldersgruppen er på Internett på daglig basis via fast bredbånd. 80 prosent av respondentene i denne aldersgruppen er på Internett på daglig basis via mobiltelefonen. For aldersgruppen 66 år eller eldre er det 61 prosent som er på Internett daglig, mens det er 9 prosent i denne aldersgruppen som daglig er på Internett via mobiltelefonen.

Det er 14 prosent av respondentene i aldersgruppen 66 år eller eldre som opplyser at de ikke benytter Internett i det hele tatt via fast bredbånd. 78 prosent i denne aldersgruppen opplyser at de ikke er på Internett i det hele tatt via mobiltelefonen. I den yngste aldersgruppen er det bare 6 prosent av respondentene som opplyser at de ikke benytter Internett over mobiltelefonen.



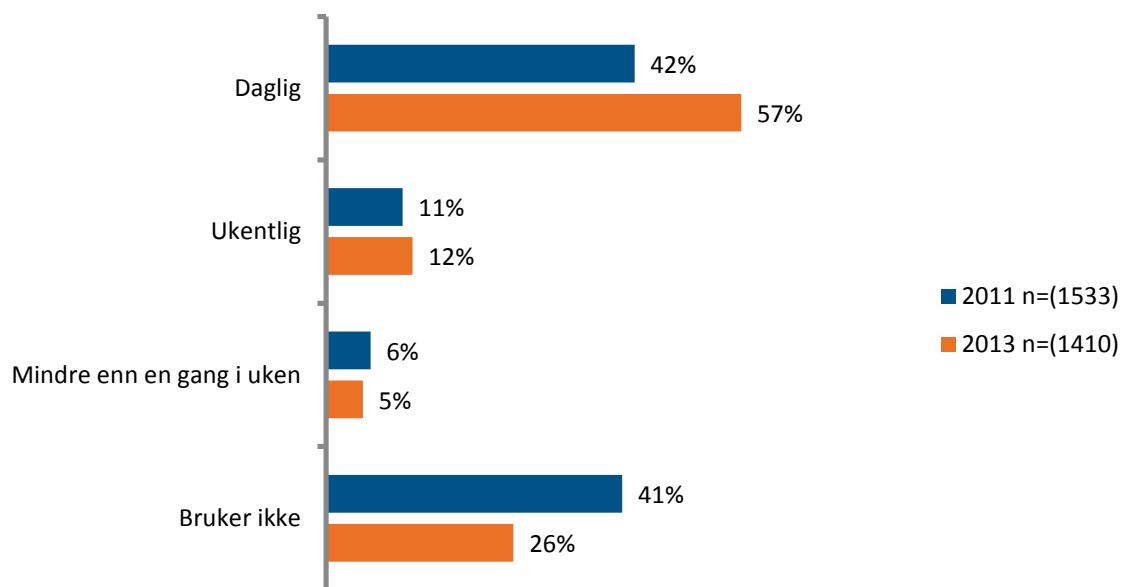
Figur 35 Hyppighet for surfing på Internett. Fordeling etter alder<sup>32</sup>. 2013.

<sup>32</sup> Antall ubesvart/vet ikke. 15-25 år: Med mobiltelefon 0, med fast bredbånd 5. 26-35 år: Med mobiltelefon 6, med fast bredbånd 3. 36-45 år: Med mobiltelefon 9, med fast bredbånd 0. 46-55 år: Med mobiltelefon 17, med fast bredbånd 5. 56-65 år: Med mobiltelefon 30, med fast bredbånd 13. >=66 år: Med mobiltelefon 128, med fast bredbånd 51.

#### 4.4.3 Bruk av sosiale medier

Sosiale medier<sup>33</sup> brukes som felles betegnelse på et bredt sett av elektroniske kanaler for utveksling eller deling av informasjon mellom brukere og der Internett benyttes som kommunikasjonstjeneste. Informasjonen er normalt produsert av brukerne og kan blant annet bestå av bilder eller kommentarer. Informasjonen kan formidles til en gruppe brukere eller kommunikasjonen kan skje i lukket form mellom to personer. Eksempler på sosiale medier som er nevnt i dette spørsmålet i undersøkelsen er Facebook, Instagram og Twitter.

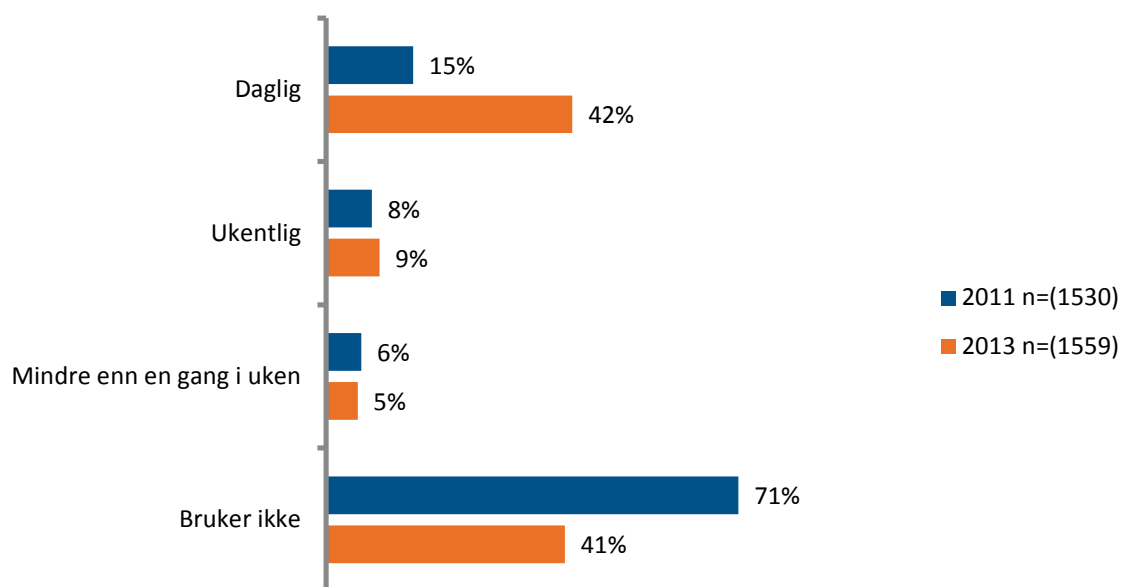
Figur 36 viser hvordan bruken av sosiale medier ved bruk av PC eller nettbrett har økt fra 2011 til 2013. Tre av fire benytter sosiale medier i 2013. 57 prosent benytter sosiale medier daglig mens det i 2011 var 42 prosent. Andelen som ikke bruker sosiale medier reduseres fra 41 til 26 prosent.



Figur 36 Bruker du fast bredbånd på PC, laptop, eller nettbrett til sosiale medier (f. eks. Facebook, Instagram eller Twitter)? 2011 og 2013<sup>34</sup>

<sup>33</sup> Også nettsamfunn og web 2.0 benyttes som betegnelse på sosiale medier.

<sup>34</sup> 2011: Vet ikke/ubesvart 21. 2013 vet ikke/ubesvart 102

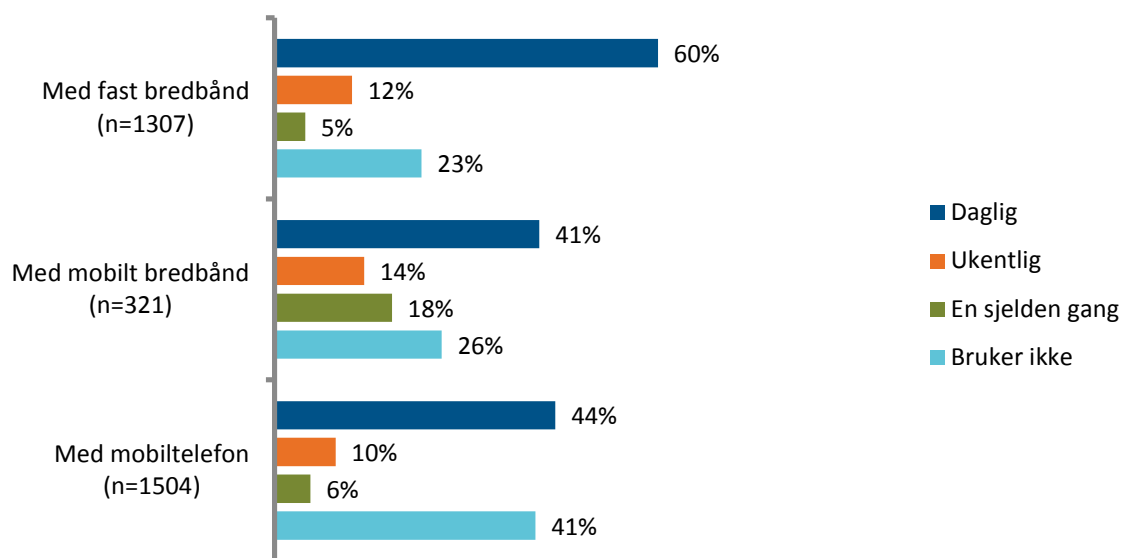


Figur 37 Bruker du mobiltelefon til sosiale medier (f. eks. Facebook, Instagram eller Twitter)? 2011 og 2013<sup>35</sup>

Figur 37 viser bruk av sosiale medier via mobiltelefon. I 2011 benyttet tre av ti sosiale medier med mobiltelefonen. I 2013 er denne andelen økt til seks av ti. Det er den daglige bruken som øker mest og i 2013 er det 42 prosent som oppgir at de daglig benytter sosiale medier på mobiltelefonen. Det er betydelig økning fra 2011 hvor andelen daglig brukere var 15 prosent. Sporadisk bruk er tilnærmet som i 2011.

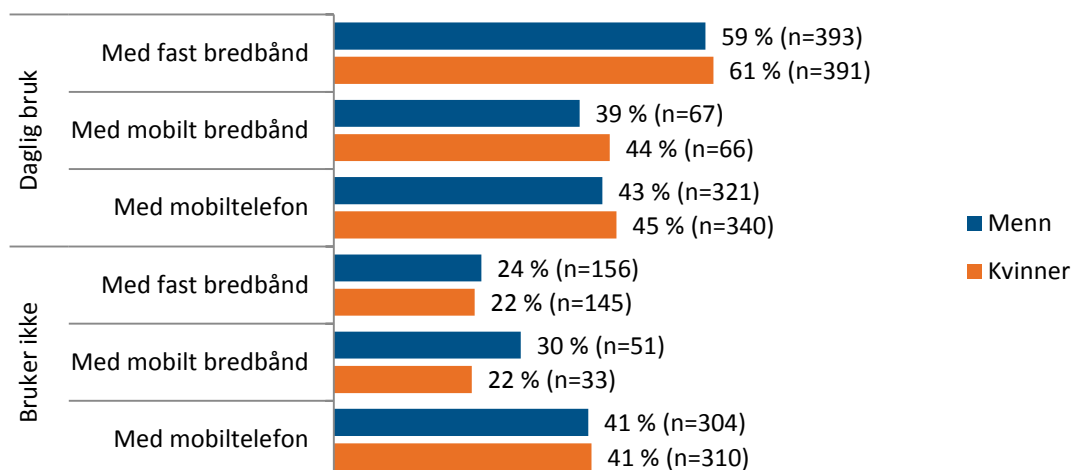
<sup>35</sup> 2011: Vet ikke/ubesvart 26. 2013 vet ikke/ubesvart 89

Figur 38 viser hyppighet ved bruk av sosiale medier. 60 prosent benytter sosiale medier på daglig basis via fast bredbånd, mens 44 prosent benytter sosiale medier via mobiltelefonen på daglig basis. Det er 23 prosent av respondentene som opplyser at de ikke benytter sosiale medier i det hele tatt via fast bredbånd, mens det er 41 prosent som opplyser at de ikke benytter sosiale medier via mobiltelefonen.



Figur 38 Hyppighet ved bruk av sosiale medier<sup>36</sup>. 2013.

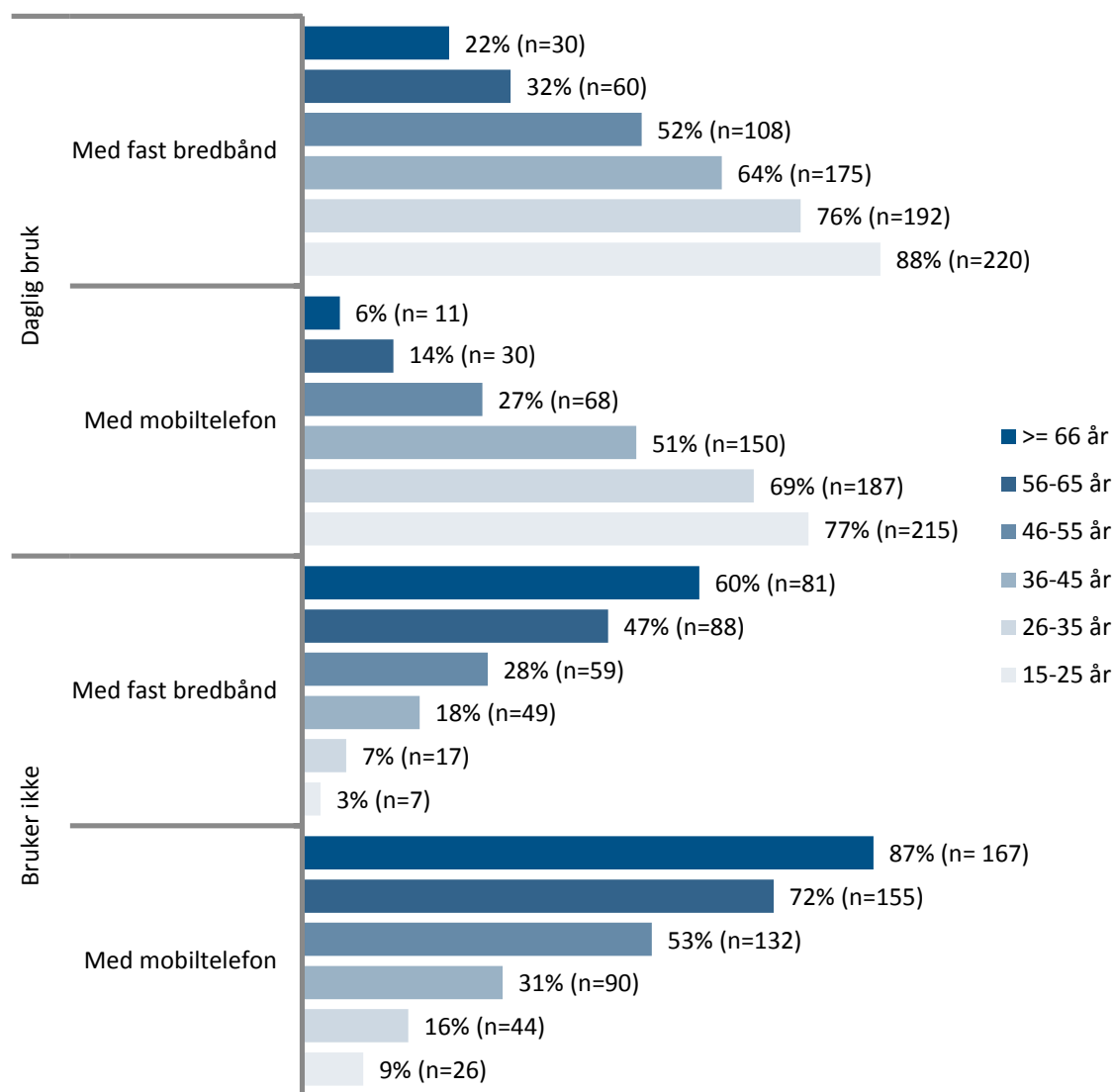
Figur 39 viser daglig bruk av sosiale medier fordelt på kjønn. Det er relativt små forskjeller mellom menn og kvinner når vi ser på fast bredbånd og mobiltelefon. For mobilt bredbånd er forskjellen noe større.



Figur 39 Hyppighet ved bruk av sosiale medier. Fordeling på kjønn<sup>37</sup>. 2013.

<sup>36</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd 82. Med mobilt bredbånd 36. Med mobiltelefon 116.

Figur 40 viser daglig bruk av sosiale medier fordelt på aldersgrupper. Figuren viser også hvilke aldersgrupper som oppgir at de ikke benytter sosiale medier. 88 prosent av respondentene i aldersgruppen 25 år eller lavere benytter sosiale medier på daglig basis via fast bredbånd. I aldersgruppen 66 år og mer er denne andelen 22 prosent. 77 prosent av respondentene i aldersgruppen 25 år og lavere benytter sosiale medier på daglig basis via mobiltelefonen.



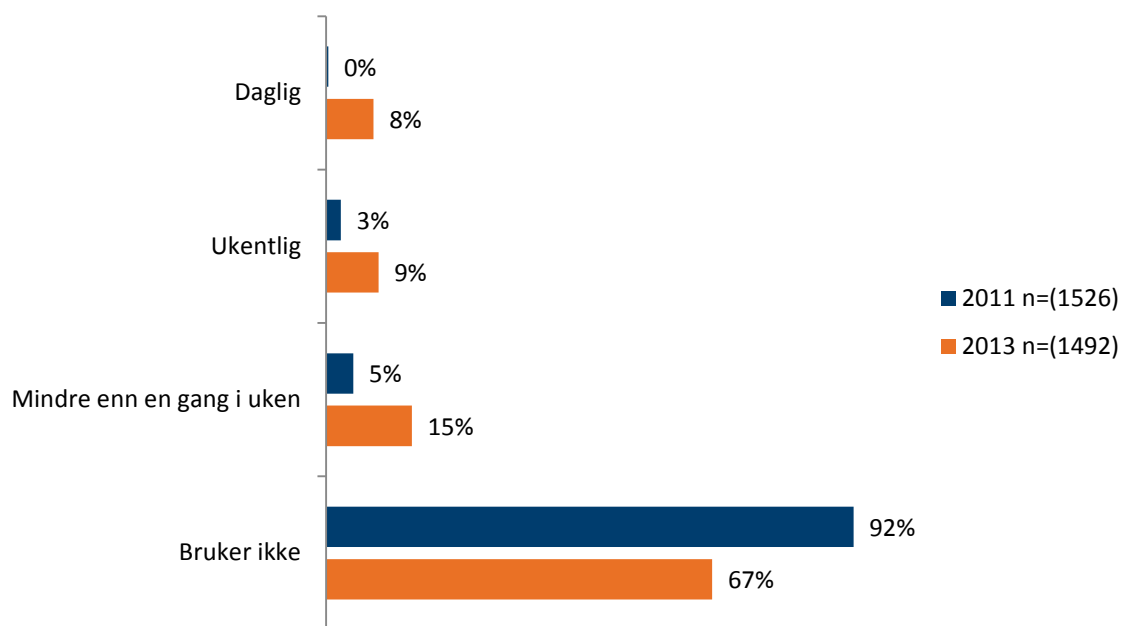
Figur 40 Hyppighet ved bruk av sosiale medier. Fordeling etter alder<sup>38</sup>. 2013.

<sup>37</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – menn 41, kvinner 42. Med mobilt bredbånd – menn 24, kvinner 12. Med mobiltelefon – menn 63, kvinner 54.

<sup>38</sup> Antall ubesvart/vet ikke. 15-25 år: Med mobiltelefon 2, med fast bredbånd 6. 26-35 år: Med mobiltelefon 5, med fast bredbånd 4. 36-45 år: Med mobiltelefon 7, med fast bredbånd 3. 46-55 år: Med mobiltelefon 10, med fast bredbånd 7. 56-65 år: Med mobiltelefon 26, med fast bredbånd 21. >=66 år: Med mobiltelefon 67, med fast bredbånd 42.

#### 4.4.4 Skype eller lignende tjenester

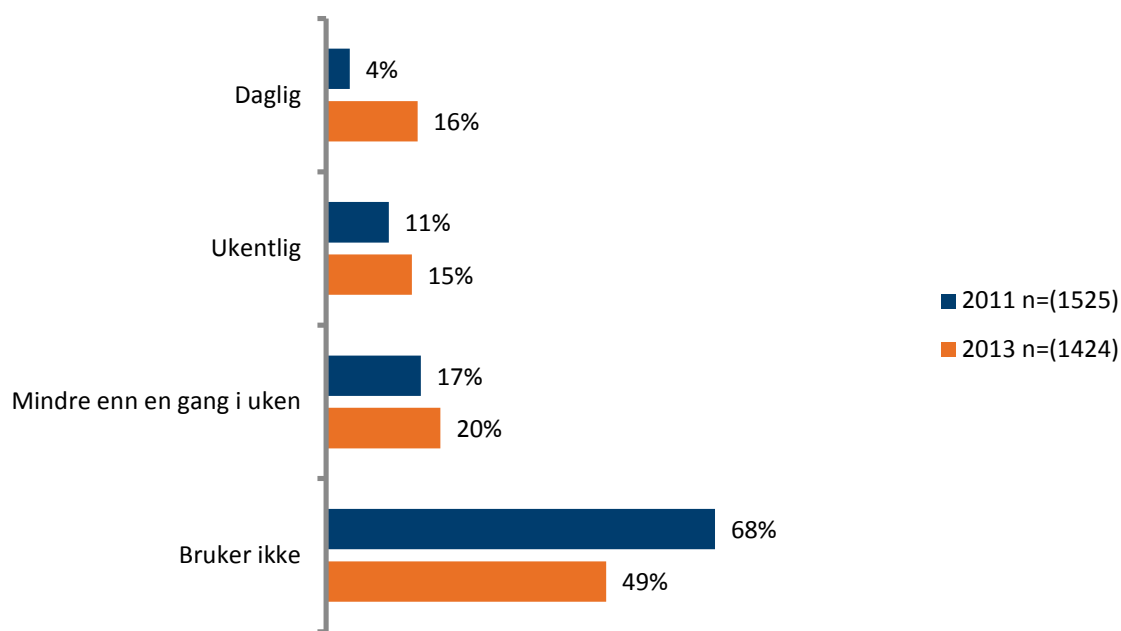
Figur 41 viser i hvilken utstrekning respondentene benytter Skype, FaceTime eller lignende tjenester på mobiltelefon. Dette var tjenester som svært få benyttet i 2011. Hele 92 prosent sa at de ikke benyttet slike tjenester i 2011. I 2013 er denne andelen redusert til to tredjedeler. Selv om 15 prosent benytter tjenesten relativt sjelden, er det en stor økning i dem som benytter tjenesten ukentlig og daglig, sammenlignet med 2011. Overgang til smarttelefon kan forklare mye av denne økningen. Smarttelefon har større skjerm, og man kan benytte apper som tilbyr Skype og andre tjenester med samme funksjonalitet.



Figur 41 Bruker du mobilen til å ringe med Skype, FaceTime eller liknende. 2011 og 2013. <sup>39</sup>

<sup>39</sup> 2011 Vet ikke/ubesvart 30, 2013 Vet ikke/ubesvart 129



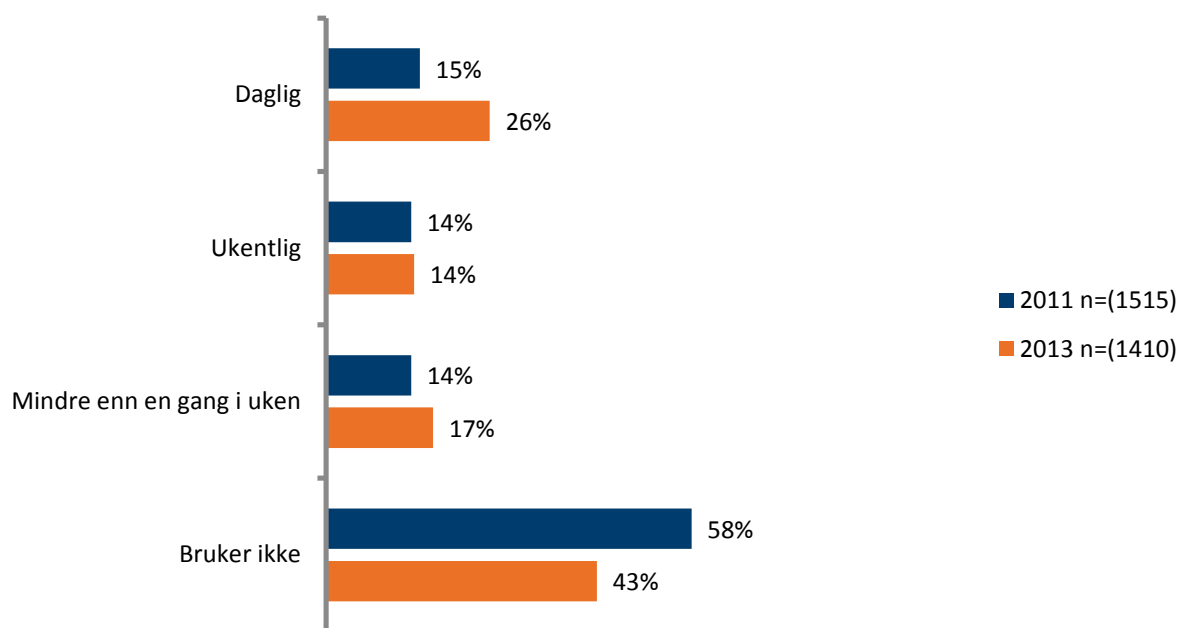


Figur 42 Bruker du fast bredbånd på PC, laptop, eller nettbrett til å bruke Skype, FaceTime eller liknende? 2011 og 2013.<sup>40</sup>

Figur 42 viser i hvilket omfang man benytter Skype, FaceTime eller lignende tjenester på PC eller nettbrett. Det er også en sterk økning i andelen som benytter Skype eller lignende tjenester på datamaskin eller nettbrett, fra 2011. Mens det var 68 prosent som ikke benyttet denne tjenesten i 2011, så er andelen i 2013 redusert til 49 prosent. Det er en stor økning i andelen som benytter tjenesten daglig. 16 prosent benytter Skype, FaceTime eller lignende tjenester, mot 4 prosent i 2011. Det kan være flere årsaker til denne økningen. En forklaring kan være at det er flere alternativer til Skype i 2013 enn i 2011. En annen kan være at Facebook og Google har inkludert lignende tjenester i sine tilbud slik og dermed økt tilgjengeligheten.

<sup>40</sup> 2011 Vet ikke ubesvart 30, 2013 Vet ikke ubesvart 102

#### 4.4.5 Sende direktemeldinger med PC eller nettbrett



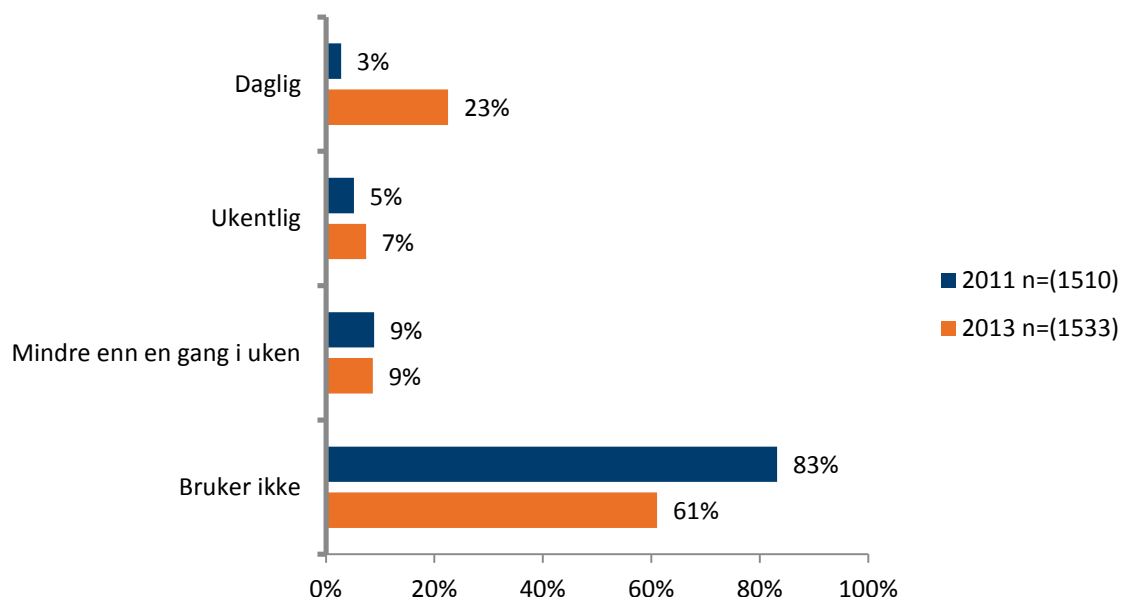
Figur 43 Bruker du PC, laptop, eller nettbrett til å sende direktemeldinger med MSN Messenger, Skype, iMessenger eller lignende? 2011 og 2013.<sup>41</sup>

Figur 43 viser at over halvparten av respondentene bruker PC eller nettbrett til å sende direktemeldinger med. I 2011 var andelen på 58 prosent. Det er størst økning i gruppen som benytter slike tjenester på daglig basis. Mens det i 2011 var 15 prosent, er det i 2013 26 prosent som daglig sender en eller annen form for direktemelding på PC eller nettbrett.

<sup>41</sup> 2011 Vet ikke ubesvart 41, 2013 vet ikke ubesvart 114

#### 4.4.6 Sende direktemeldinger med mobiltelefon

Figur 44 viser hvordan man benytter direktemeldinger på mobiltelefon.



Figur 44 Sende direktemeldinger på mobiltelefon (Skype iMessage, whatsapp ol.) 2011 og 2013<sup>42</sup>

Nesten fire av ti sender direktemeldinger med mobiltelefon i 2013, mens det i 2011 var kun 17 prosent som sendte denne type melding med mobiltelefonen. Det er den hyppige bruken som øker mest. De fleste som benytter denne type tjeneste på mobiltelefonen sender meldinger daglig. Denne gruppen er i 2013 på 23 prosent mens den var på kun 3 prosent i 2011.

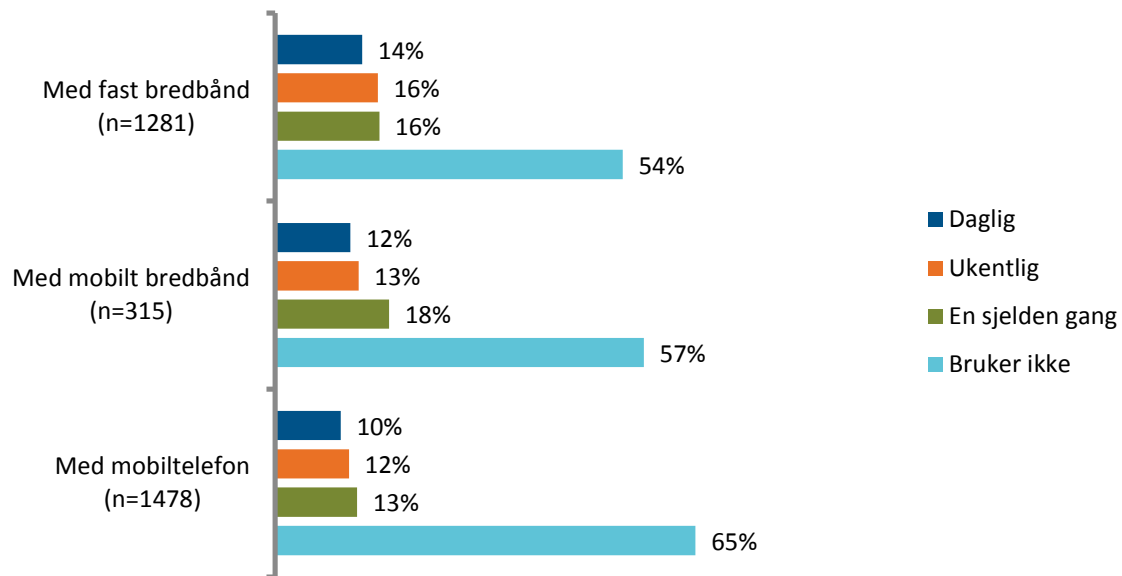
#### 4.4.7 Bruk av skytjenester

Skytjenester<sup>43</sup> er ikke et fast definert begrep. I denne undersøkelsen omfatter det hovedsakelig tjenester som benyttes av privatpersoner for lagring av informasjon utenfor brukerens egne fysiske lagringsenheter (harddisk, USB-brikke o a). Tjenesten leveres over Internett. Informasjon som brukeren har lagret i skyen, kan normalt deles med andre brukere og informasjonen blir ofte synkronisert mellom de enheter som brukeren anvender, for eksempel PC, nettbrett eller mobiltelefon. Skytjenester kan også omfatte tilgang til og bruk av programvare eller datakraft (regnekapasitet) over Internett. Eksempler på skytjenester som er nevnt i dette spørsmålet i undersøkelsen er iCloud, Dropbox, Google Drive og SkyDrive.

<sup>42</sup> 2011 vet ikke/ubesvart 36, 2013 vet ikke/ubesvart 147

<sup>43</sup> Cloud computing er den internasjonale betegnelsen på skytjenester.

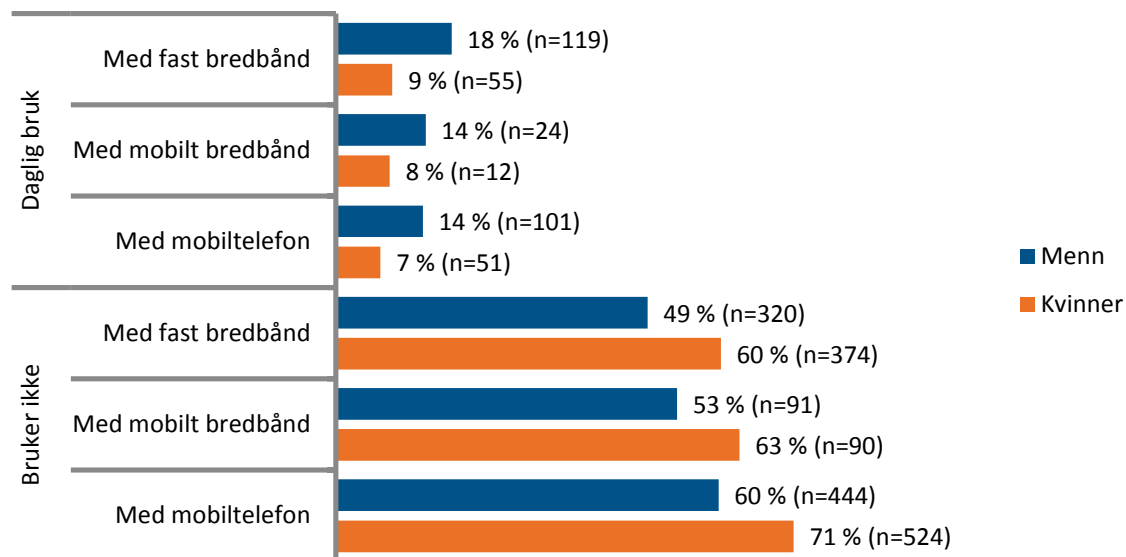
Figur 45 viser hyppighet ved bruk av skytjenester. Det er 14 prosent som opplyser at de benytter skytjenester på daglig basis via fast bredbånd. Tilsvarende andel på mobiltelefonen er 10 prosent. Det er 54 prosent av respondentene som opplyser at de ikke benytter skytjenester i det hele tatt via fast bredbånd. Tilsvarende er det 65 prosent som opplyser at de ikke benytter skytjenester i det hele tatt via mobiltelefonen.



Figur 45 Hyppighet ved bruk av skytjenester<sup>44</sup>. 2013.

<sup>44</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd 109. Med mobilt bredbånd 70. Med mobiltelefon 143.

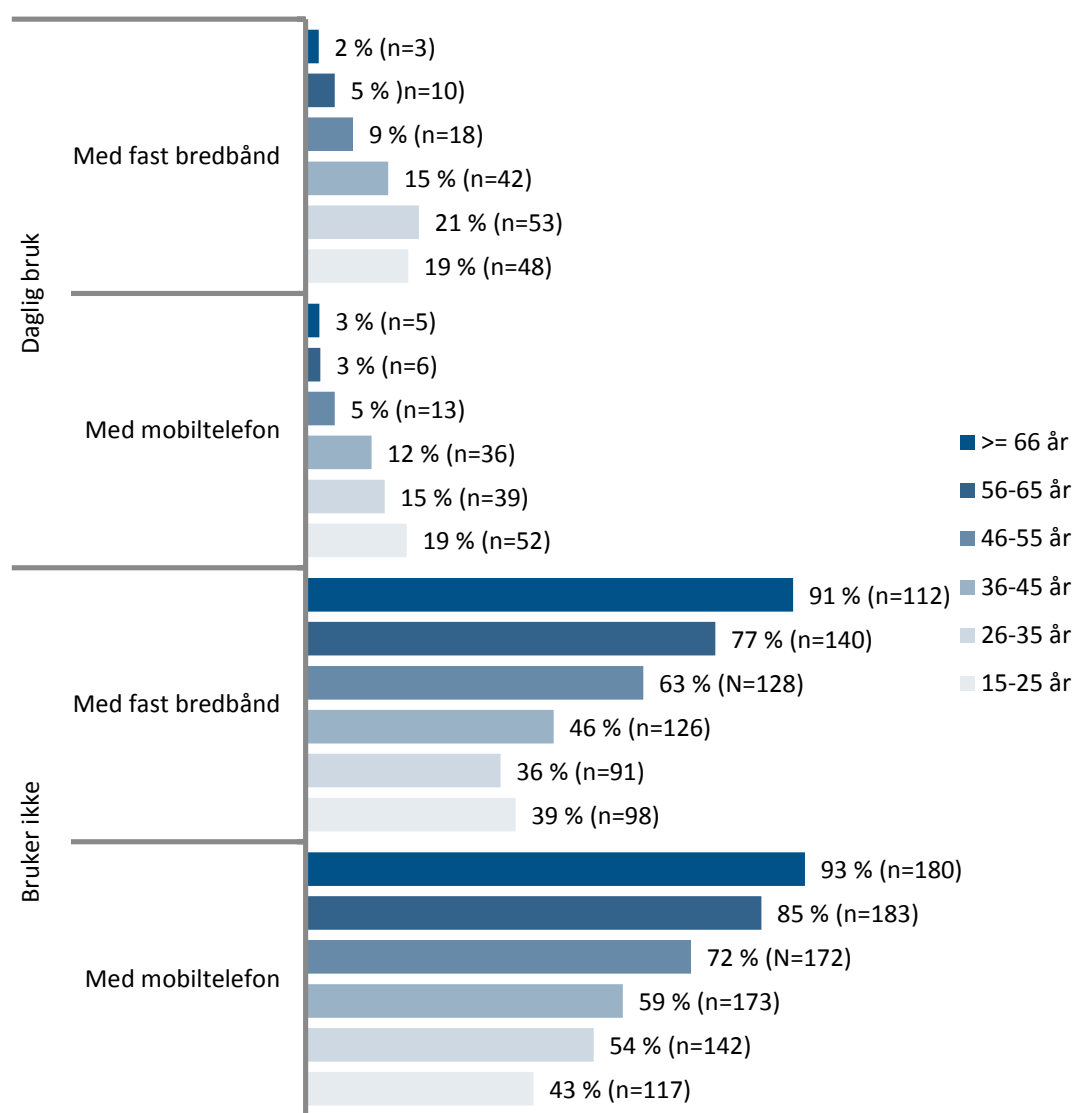
Figur 46 viser bruken av skytjenester fordelt på menn og kvinner. Menn benytter skytjenester på daglig basis i større grad enn kvinner. Tilsvarende er det en større andel kvinner som opplyser at de ikke benytter skytjenester i det hele tatt.



Figur 46 Hyppighet ved bruk av skytjenester. Fordeling på kjønn<sup>45</sup>. 2013.

<sup>45</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – menn 45, kvinner 64. Med mobilt bredbånd – menn 25, kvinner 20. Med mobiltelefon – menn 68, kvinner 75.

Figur 47 viser bruken av skytjenester fordelt på aldersgrupper. Den viser også aldersfordelingen på respondenter som opplyser at de ikke benytter skytjenester i det hele tatt. 43 prosent av respondentene i den laveste aldersgruppen bruker ikke skytjenester via mobiltelefonen. I aldersgruppen 66 år og høyere er denne andelen 93 prosent. I de enkelte aldersgruppene er det ikke stor forskjell mellom fast bredbånd og mobiltelefon blant de som oppgir at de ikke bruker skytjenester.

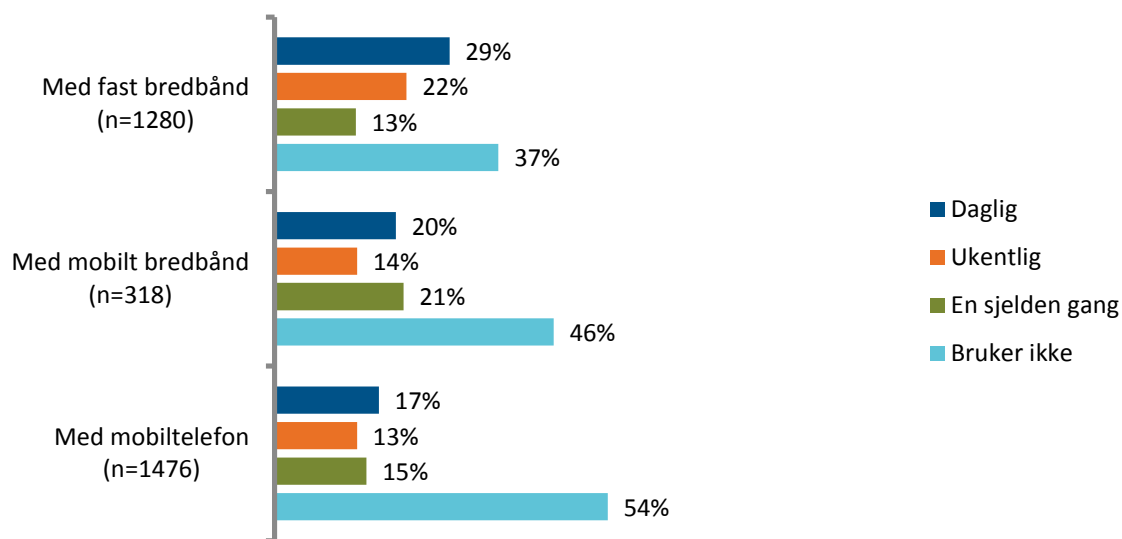


Figur 47 Hyppighet ved bruk av skytjenester. Fordeling på aldersgrupper<sup>46</sup>. 2013.

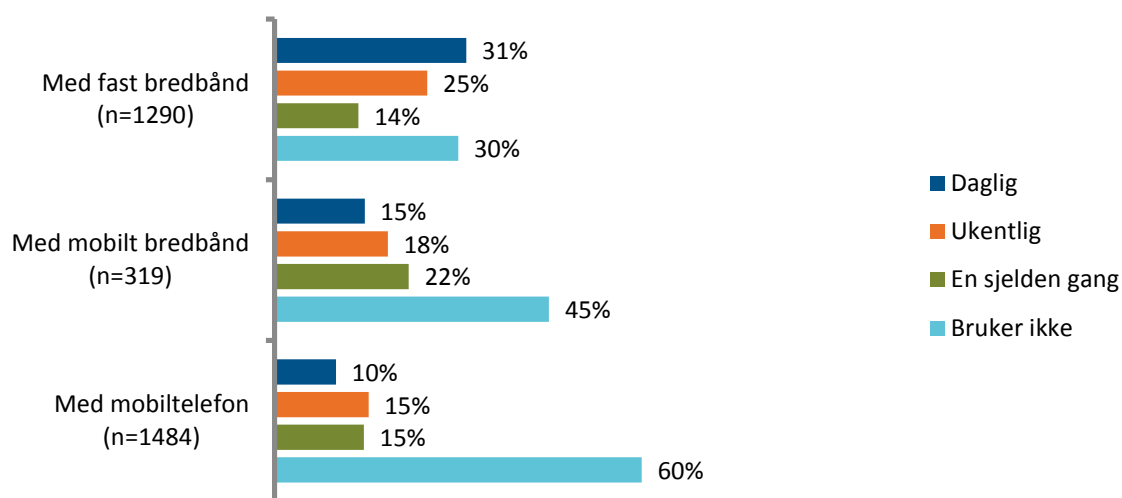
<sup>46</sup> Antall ubesvart/vet ikke. 15-25 år: Med mobiltelefon 5, med fast bredbånd 6. 26-35 år: Med mobiltelefon 12, med fast bredbånd 7. 36-45 år: Med mobiltelefon 12, med fast bredbånd 4. 46-55 år: Med mobiltelefon 19, med fast bredbånd 15. 56-65 år: Med mobiltelefon 27, med fast bredbånd 26. >=66 år: Med mobiltelefon 68, med fast bredbånd 52.

#### 4.4.8 Strømming av lyd og bilde

Figur 48 og figur 49 viser hvor ofte respondentene strømmer lyd i form av musikk eller radio samt video i form av TV eller film. 29 prosent strømmer musikk eller radio på daglig basis over fast bredbånd, mens 31 prosent strømmer TV eller film på daglig basis via fast bredbånd. Det er 37 prosent som opplyser at de ikke strømmer musikk eller radio over fast bredbånd. Tilsvarende er det 30 prosent som ikke strømmer TV eller film via fast bredbånd. Det er 17 prosent som strømmer musikk eller radio på daglig basis på mobiltelefonen. Samtidig er det 10 prosent som strømmer TV eller film på daglig basis på mobiltelefonen. Det er 46 prosent som strømmer musikk eller radio på daglig basis på mobilt bredbånd. Samtidig er det 45 prosent som strømmer TV eller film på daglig basis på mobilt bredbånd. Det er 54 prosent som strømmer musikk eller radio på daglig basis på mobiltelefonen. Samtidig er det 60 prosent som strømmer TV eller film på daglig basis på mobiltelefonen.



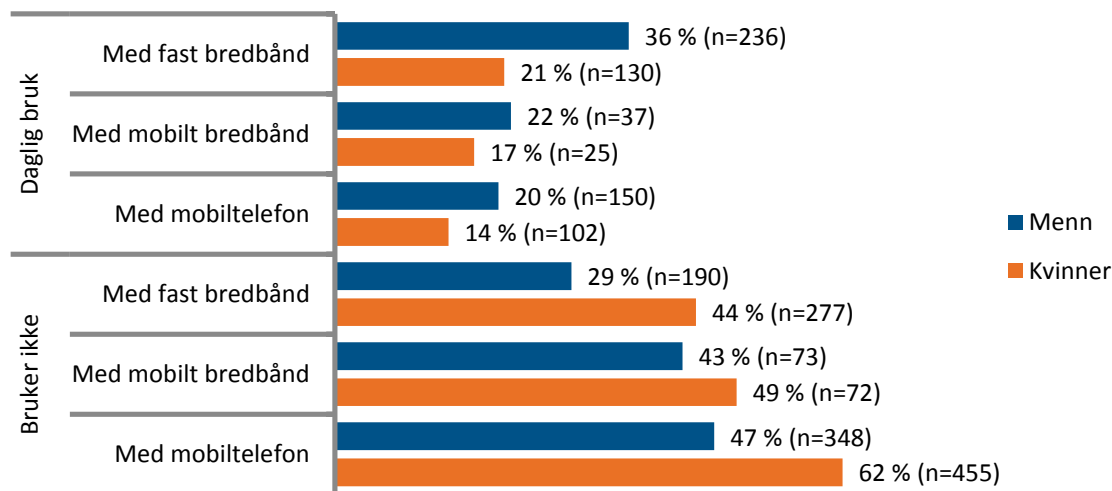
Figur 48 Hyppighet ved strømming av musikk og radio<sup>47</sup>. 2013.



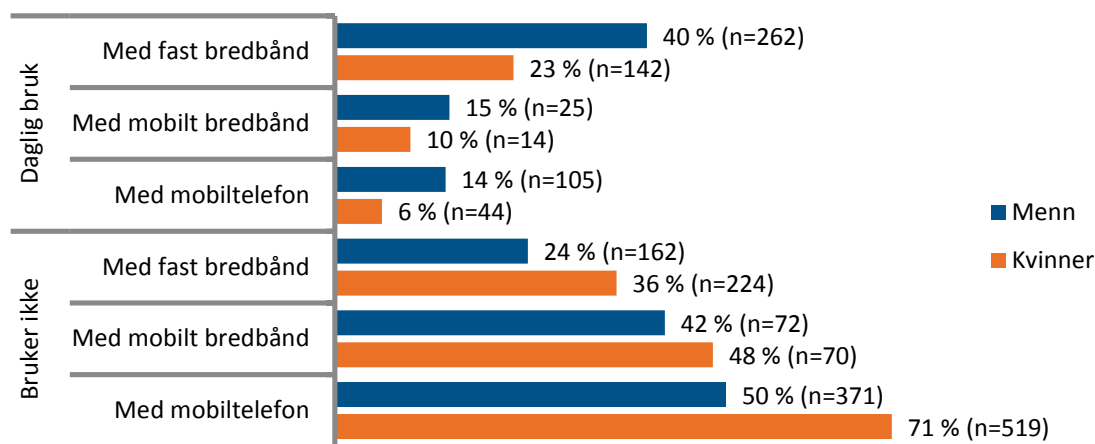
Figur 49 Hyppighet ved strømming av TV og film<sup>48</sup>. 2013.

<sup>47</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd 110. Med mobilt bredbånd 39. Med mobiltelefon 145.

Figur 50 og 51 viser bruken av strømmetjenester fordelt på kjønn. En større andel menn enn kvinner strømmer daglig så vel musikk og radio som TV og film. 36 prosent av menn strømmer musikk og radio på daglig basis via fast bredbånd. 20 prosent av menn strømmer musikk og radio på daglig basis på mobiltelefonen. Tilsvarende andel for kvinner er 21 prosent og 14 prosent. 40 prosent av menn strømmer TV og film på daglig basis via fast bredbånd. 14 prosent av menn strømmer daglig TV og film via mobiltelefonen. Tilsvarende andel for kvinner er henholdsvis 23 prosent og 6 prosent.



Figur 50 Hyppighet ved strømming av musikk og radio. Fordeling på kjønn<sup>49</sup>. 2013.



Figur 51 Hyppighet ved strømming av TV og film. Fordeling på kjønn<sup>50</sup>. 2013.

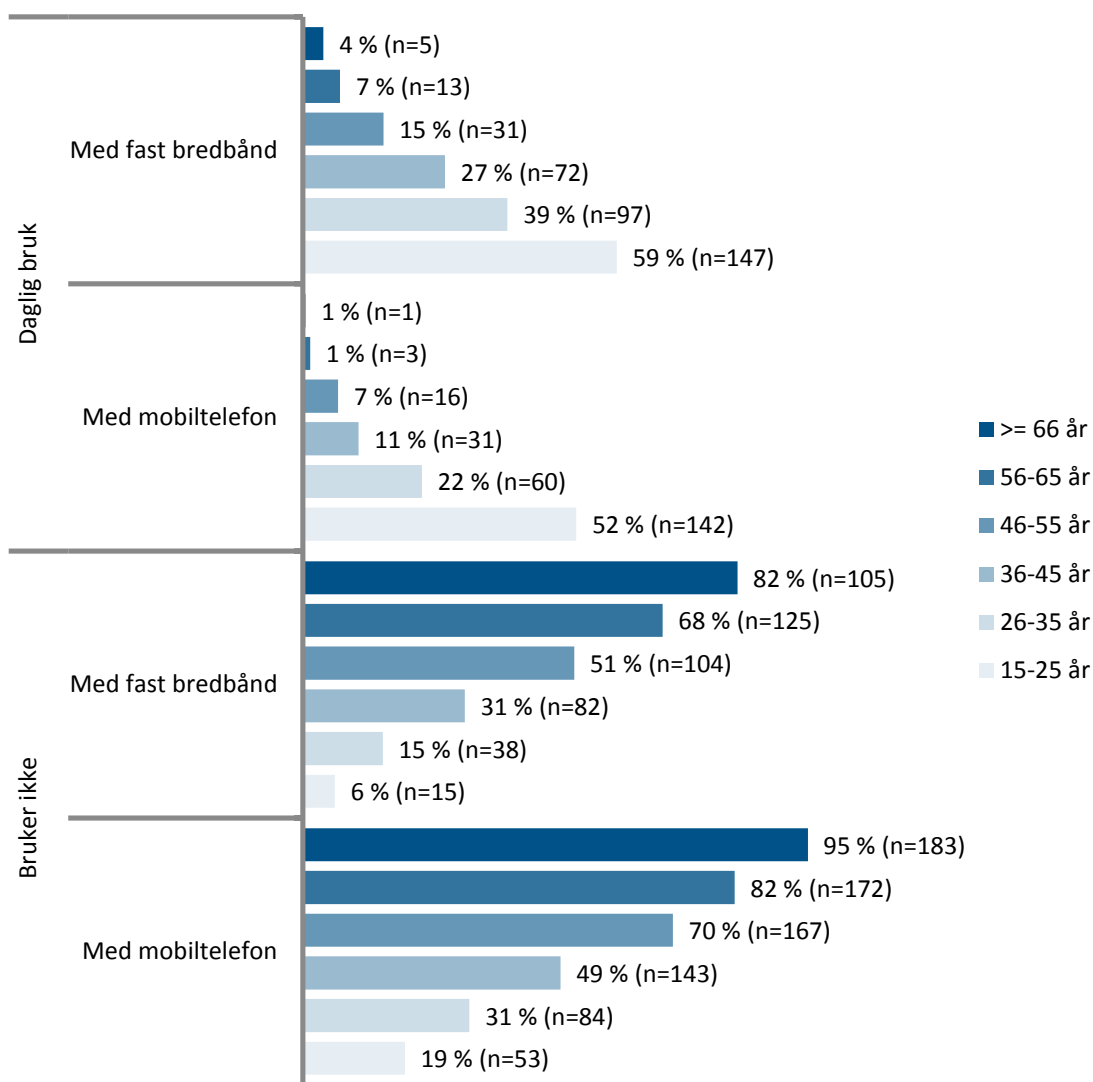
<sup>48</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd 101. Med mobilt bredbånd 38. Med mobiltelefon 136.

<sup>49</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – menn 50, kvinner 61. Med mobilt bredbånd – menn 24, kvinner 15. Med mobiltelefon – menn 65, kvinner 79.

<sup>50</sup> Antall ubesvart/vet ikke: Med fast bredbånd – menn 42, kvinner 59. Med mobilt bredbånd – menn 23, kvinner 16. Med mobiltelefon – menn 62, kvinner 74.



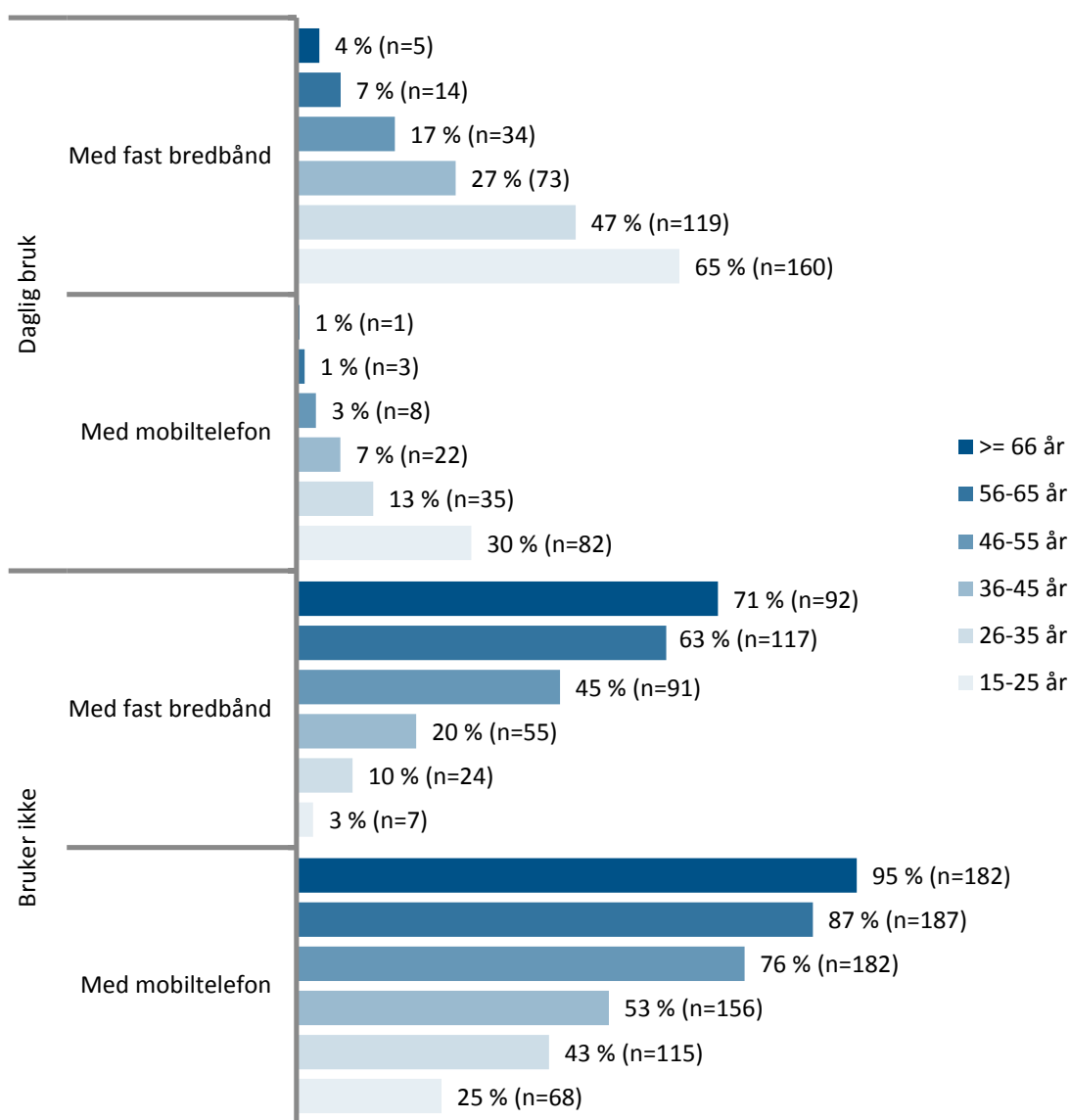
Figur 52 og 53 viser daglig bruk av strømmetjenester fordelt på alder. Det er store forskjeller i daglig bruk av strømmetjenester mellom de enkelte aldersgruppene. 59 prosent av respondentene i aldersgruppen 25 år eller lavere strømmer daglig musikk og radio på fast bredbånd. 52 prosent i denne aldersgruppen strømmer daglig musikk og radio på mobiltelefon. Det er bare 6 prosent i denne laveste aldersgruppen som opplyser at de ikke strømmer musikk og radio og i det hele tatt på fast bredbånd. Tilsvarende er det 19 prosent som oppgir at de ikke strømmer musikk og radio i det hele tatt på mobiltelefonen.



Figur 52 Hyppighet ved strømming av musikk og radio. Fordeling etter alder<sup>51</sup>. 2013.

<sup>51</sup> Antall ubesvart/vet ikke. 15-25 år: Med mobiltelefon 6, med fast bredbånd 8. 26-35 år: Med mobiltelefon 10, med fast bredbånd 6. 36-45 år: Med mobiltelefon 10, med fast bredbånd 8. 46-55 år: Med mobiltelefon 19, med fast bredbånd 13. 56-65 år: Med mobiltelefon 30, med fast bredbånd 25. >=66 år: Med mobiltelefon 69, med fast bredbånd 48.

Figur 53 viser at 65 prosent av respondentene i aldersgruppen 15 til 25 år strømmer daglig TV og film på fast bredbånd. 33 prosent av respondentene i denne aldersgruppen strømmer daglig TV og film via mobiltelefonen. Det er kun 3 prosent i denne aldersgruppen som opplyser at de ikke strømmer TV og film i det hele tatt over fast bredbånd. Tilsvarende er det 19 prosent som opplyser at de ikke strømmer TV og film over mobiltelefonen.



Figur 53 Hyppighet ved strømming av TV og film. Fordeling på alder<sup>52</sup>. 2013.

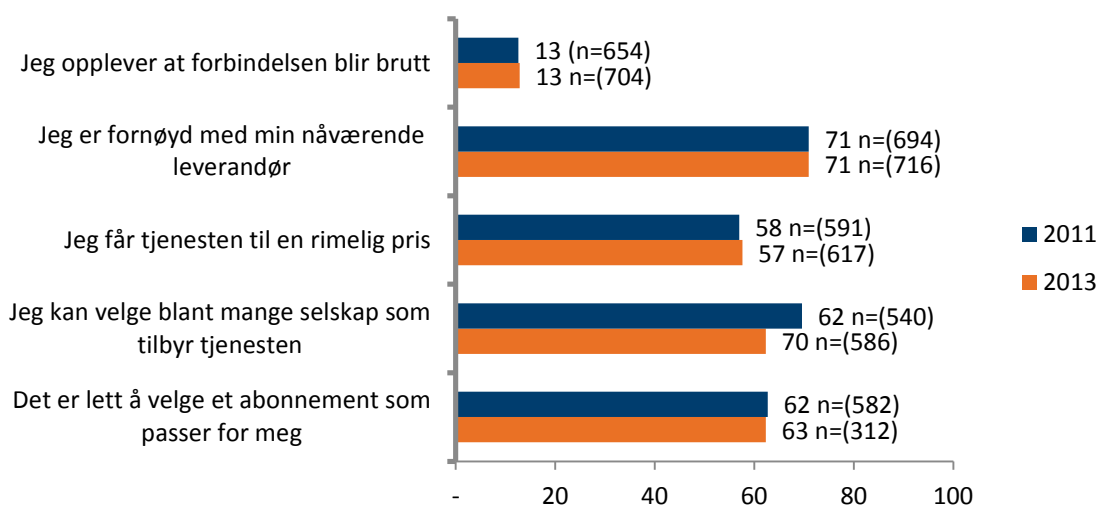
<sup>52</sup> Antall ubesvart/vet ikke. 15-25 år: Med mobiltelefon 3, med fast bredbånd 9. 26-35 år: Med mobiltelefon 9, med fast bredbånd 5. 36-45 år: Med mobiltelefon 10, med fast bredbånd 5. 46-55 år: Med mobiltelefon 18, med fast bredbånd 12. 56-65 år: Med mobiltelefon 28, med fast bredbånd 23. >=66 år: Med mobiltelefon 67, med fast bredbånd 46.

## 5 Kvalitet og tilfredshet

I dette kapitlet ser vi på de ulike tjenestene og hvordan sluttbrukerne vurderer ulike spørsmål knyttet til kvalitets- og tilfredshet. En skår på 0 betyr at man her helt uenig mens en skår på 100 betyr at man er helt enig i påstanden.

### 5.1 Fasttelefon

Figur 54 ser på ulike påstander for de som har fasttelefon. Resultatene for 2013 er stort sett like som funnene i 2011 bortsett fra i hvilken grad kundene opplever at det er mange selskaper som tilbyr fasttelefoni å velge mellom. I 2013 er fasttelefonikundene i større grad uenig i denne påstanden enn de var i 2011.



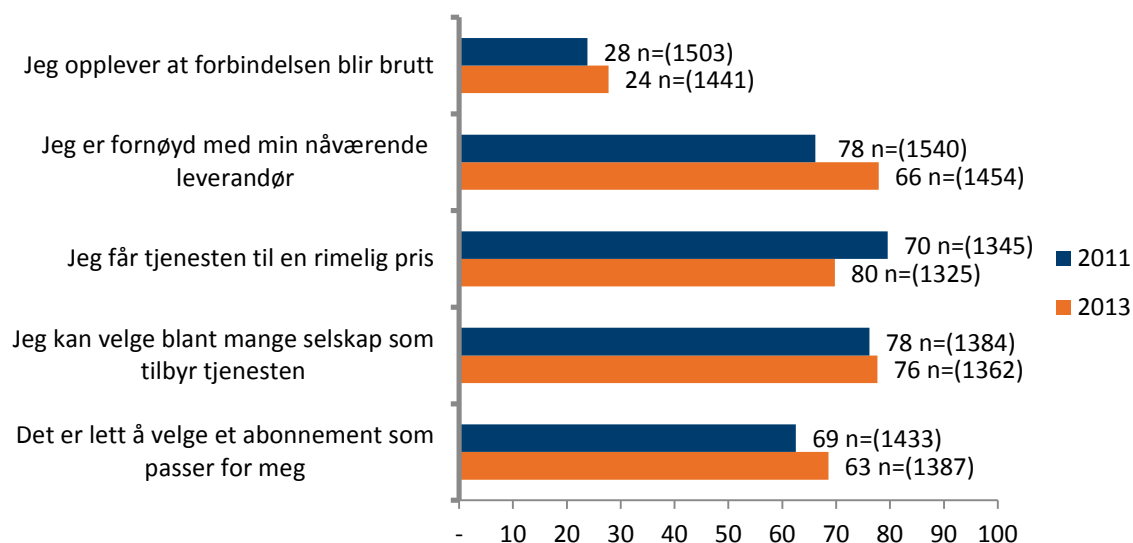
Figur 54 Kvalitet og tilfredshet for fasttelefoni. 2011 og 2013.

## 5.2 Mobiltelefoni

I Figur 55 ser vi på de samme påstandene som for fasttelefon. Mobiltelefonikundene er i større grad enige i påstanden om at «jeg opplever at forbindelsen blir brutt» enn de var i 2011.

Samtidig er kundene mer tilfreds med sin tilbyder i 2013 enn de var i 2011.

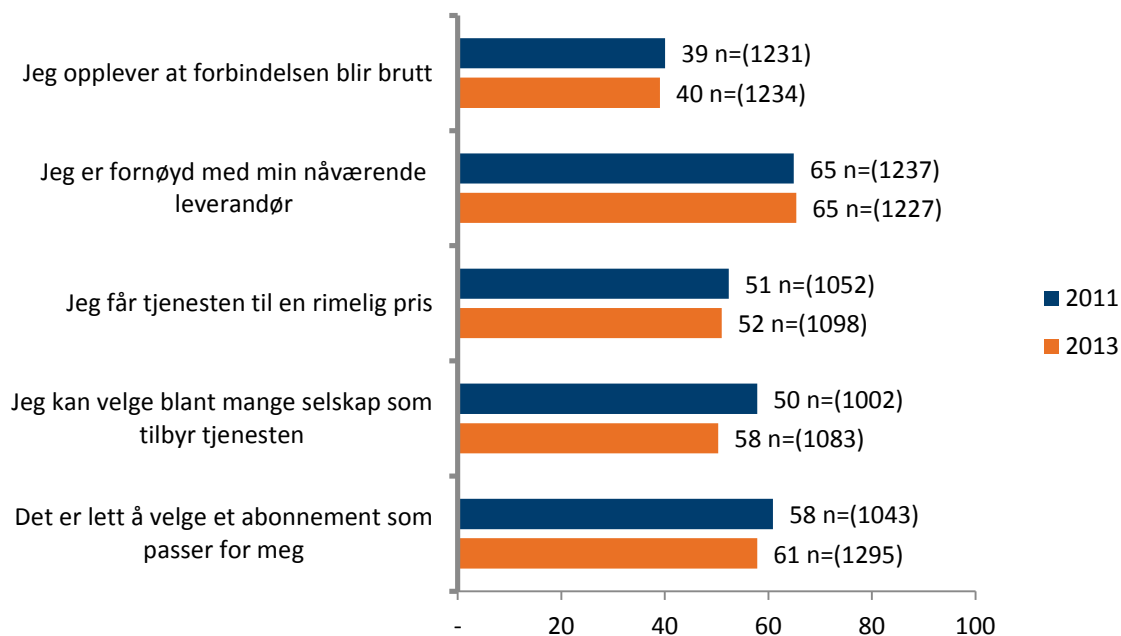
Mobiltelefonikundene er i stor grad enige i at det er mange selskap å velge mellom. Videre ser man av figuren at mobiltelefonibrukerne i 2013 i mindre grad enn i 2011 er enige i påstanden om at de får tjenesten til en rimelig pris.



Figur 55 Kvalitet og tilfredshet for mobiltelefoni. 2013.

### 5.3 Internett over fast bredbånd

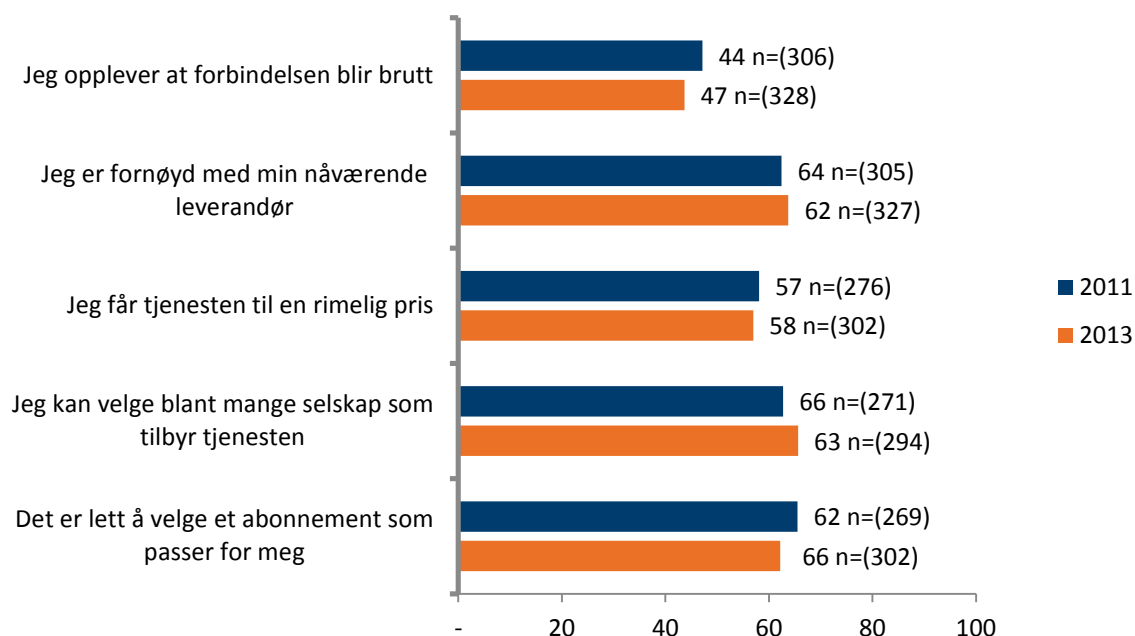
Figur 56 viser kvalitets- og tilfredshetsparametere for Internett over fast bredbånd. Fast bredbåndskundene er i mindre grad enige i at man kan velge mellom mange selskaper og man er i mindre grad enig i påstanden at det er lett å velge et abonnement som passer enn fasttelefonikundene.



Figur 56 Kvalitet og tilfredshet for Internett. 2013.

## 5.4 Mobilt Internett

Figur 57 viser de samme parameterne for mobilt bredbånd. Mobilt bredbånd var i 2011 en relativt ny tjeneste sammenlignet med tjenestene sammenlignet tidligere i dette kapitlet. Resultatene for 2013 er i stor grad lik resultatene i 2011 med noen små forskjeller. Kundene er i mindre grad enig i påstanden om at forbindelsen brytes og man er mer enig i påstanden om at man kan velge mellom flere selskaper som tilbyr tjenesten.



Figur 57 Kvalitet og tilfredshet for Mobilt Internett. 2013.

## 5.5 Sammenligning av de ulike tjenestene

Mobile bredbåndskunder er i 2013 som i 2011 gruppen som er mest enig i påstanden om at forbindelsen brytes. Brukere av fasttelefoni er mest uenige i denne påstanden. Også dette er likt med undersøkelsen fra 2011. For Internett over fast bredbånd er det små endringer sammenlignet med funnene i 2011.

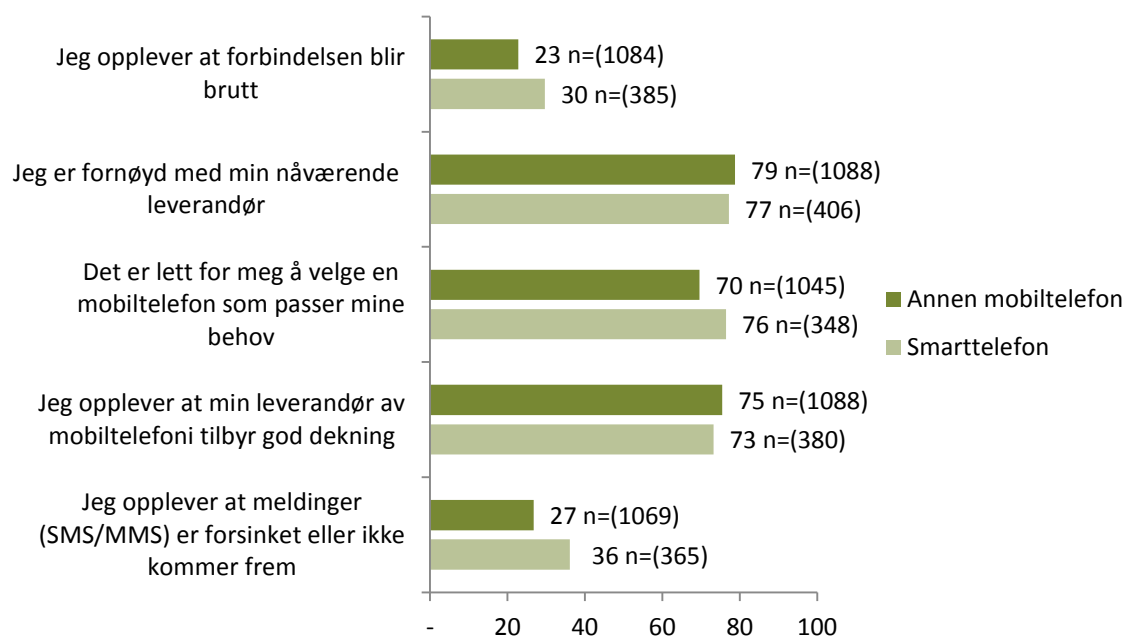
Mobiltelefonbrukerne er gruppen som i 2013 er mest fornøyd med sin leverandør. Deretter kommer brukerne av fasttelefon, som var gruppen som var mest fornøyd med sin leverandør i 2011.

Brukerne av Internett over fast bredbånd er i 2013 som i 2011 noe mer fornøyd med sin leverandør enn brukerne av mobile Internettjenester. Mobilbrukerne er også den gruppen som er mest enige i påstanden om at man får tjenesten til en rimelig pris selv om de i mindre grad er enige i denne påstanden i 2013 enn de var i 2011. For de andre tjenesteplattformene er det relativt små endringer i hvilken grad man er enige i påstanden.

Fast bredbånd har begrensninger i valgmulighetene. Selv om det er over 200 aktører i dette markedet er det for hver husstand begrensede valgmuligheter. Dette kommer også tydelig frem i påstanden om i hvilken grad kundene er enige i at de kan velge mellom mange selskap som tilbyr tjenesten. Her ser man at Internettbrukere over fast bredbånd i langt mindre grad gir uttrykk for å kunne velge mellom mange leverandører enn tilfellet er for de andre tjenesteplattformene. Dette bildet forsterker seg ytterligere i 2013. Hvor mange tjenesteleverandører den enkelte husstanden kan velge mellom, avhenger av om man har tilgang til flere aksessteknologier. Noen husstander har kun tilgang til én teknologi, noe som begrenser valgmuligheten. Dette kan være forklaringen på at gjennomsnittsverdien for fast bredbånd er lavere enn for øvrige tjenesteplattformer. De fleste, uavhengig av tjeneste, er enige at det er lett å velge et abonnement som passer for eget bruk. Det fremkommer også at fasttelefonikundene i mindre grad er enige i at det er mange leverandører av fasttelefonitjenester i 2013 enn de var i 2011.

## 5.6 Smarttelefon eller ordinær mobiltelefon

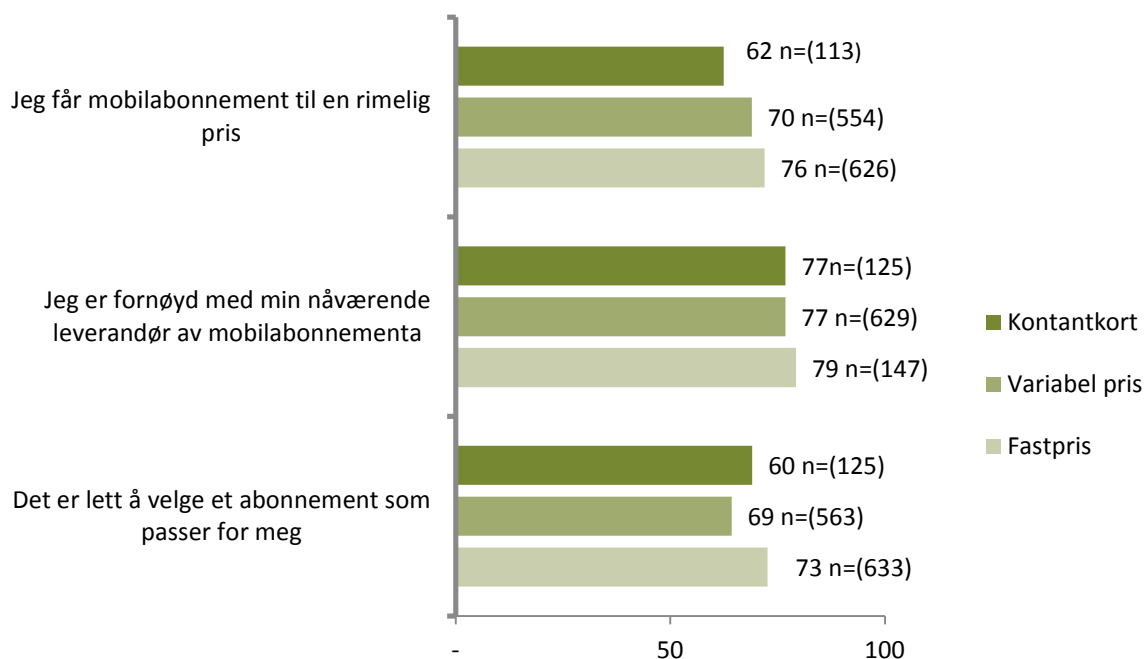
Figur 58 ser i hvilken grad mobiltelefonbrukere med smarttelefon og ordinær mobiltelefon ser på ulike kvalitets- og tilfredshetsparametere. Tallene viser at det er noen forskjell i opplevd kvalitet mellom de to gruppene på dekningsparametere. Smarttelefonbrukere opplever i større grad at samtaler blir brutt og at meldinger ikke kommer frem enn brukere med ordinære mobiltelefoner. Samtidig er det liten forskjell i påstanden om man er fornøyd med sin mobilleverandør.



Figur 58 Kvalitets og tilfredshet, smarttelefon eller ordinær mobiltelefon

## 5.7 Forskjellige abonnements typer på mobil

Figur 59 viser i hvilken grad kundene vurderer ulike kvalitets og tilfredshetsparametere avhengig av om de har kontantkort, abonnement med variabel pris eller fastprisabonnement. Kunder med kontantkort er minst enige i at de får mobilabonnement til en rimelig pris samt at de er også minst enige i påstanden om at det er enkelt å velge et abonnement som passer til sitt bruk. Kunder med fastprisabonnement er mest enig i denne påstanden.



Figur 59 Kvalitets- og tilfredshetsparametere for like typer mobilabonnement



## 6 Mobilitet mellom leverandører

### 6.1 Innledning

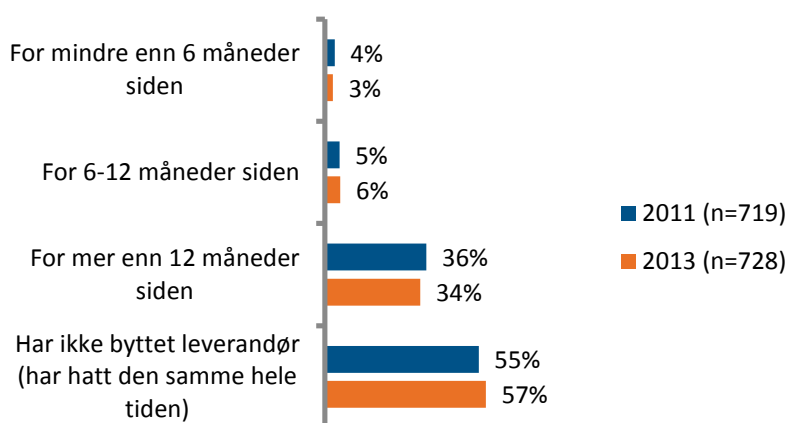
I undersøkelsen blir respondentene spurt om de har byttet leverandør av de ulike tjenestene, og i tilfellet når man byttet siste gang. Vi ser på hva som skiller gruppene, avhengig av om de har byttet og når de har byttet leverandør av de ulike tjenestene. I tillegg har vi spurt om direkte årsaker til at man har byttet eller ikke byttet. Respondentene er også bedt om å svare på hvor de ble oppmerksom på den leverandøren de har valgt. I siste del av kapitlet sammenlikner vi de ulike tjenestene med hverandre.

Vi sammenligner en rekke av spørsmålene med tilsvarende spørsmål i undersøkelsen fra 2011.

Tjenestene som omtales er fasttelefoni, mobiltelefoni, fast bredbånd og mobilt bredbånd.

### 6.2 Fasttelefoni

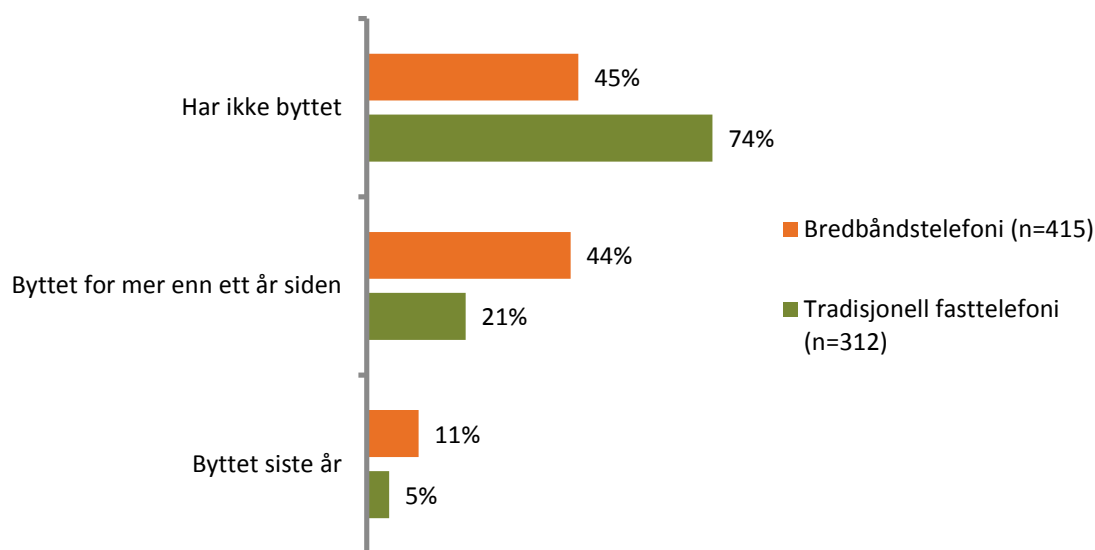
Det er ikke store endringer fra 2011 til 2013 i andelen som har svart at de har byttet eller ikke byttet leverandør av fasttelefoni.



Figur 60 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefonti? Andeler i prosent for 2011 og 2013<sup>53</sup>

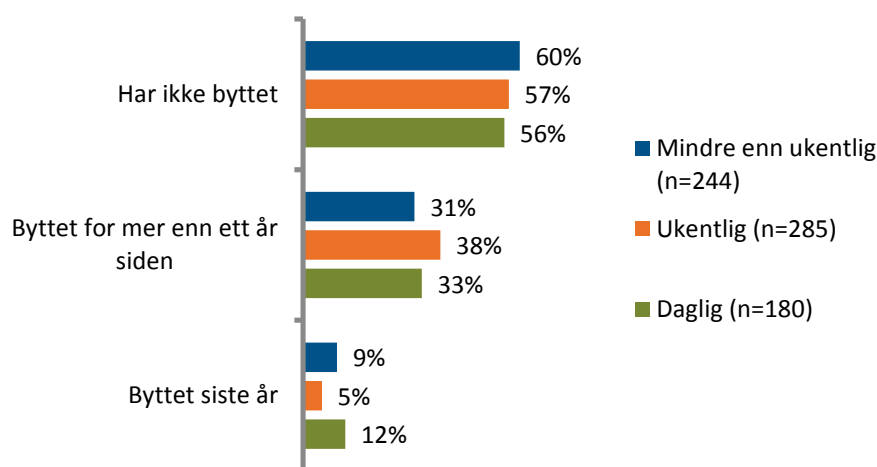
Det er en større andel av dem som har bredbåndstelefonti som sier de har byttet enn dem som har tradisjonell fasttelefoni. Bytte av leverandør av bredbåndstelefonti henger ofte sammen med bytte av leverandør av fast bredbånd.

<sup>53</sup> «Vet ikke» og «ubesvart» er holdt utenfor. I 2011 var antallet «vet ikke» og «ubesvart» 67 og i 2013 100.



Figur 61 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoeni/bredbåndstelefoeni? Fordeling på tradisjonell fasttelefoeni og bredbåndstelefoeni 2013.<sup>54</sup>

Figur 62 viser hvor stor andel som har byttet siste år, byttet for mer enn ett år siden eller ikke byttet, fordelt på hyppighet av bruk. Det er relativt små forskjeller mellom gruppene.

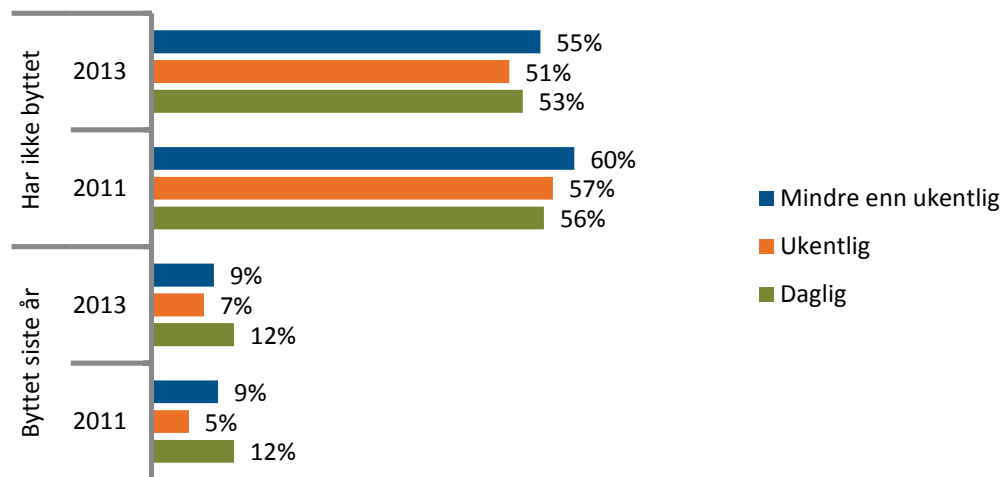


Figur 62 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoeni/bredbåndstelefoeni? / Hvor ofte ringer du med fasttelefon hjemme? 2013<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Ubesvart og de som har svart «vet ikke» er ikke med i figuren. Antall «vet ikke» og ubesvart er 101.

<sup>55</sup> De som ikke bruker fasttelefon er ikke inkludert i figuren. Antall ubesvart eller «vet ikke» er 50.

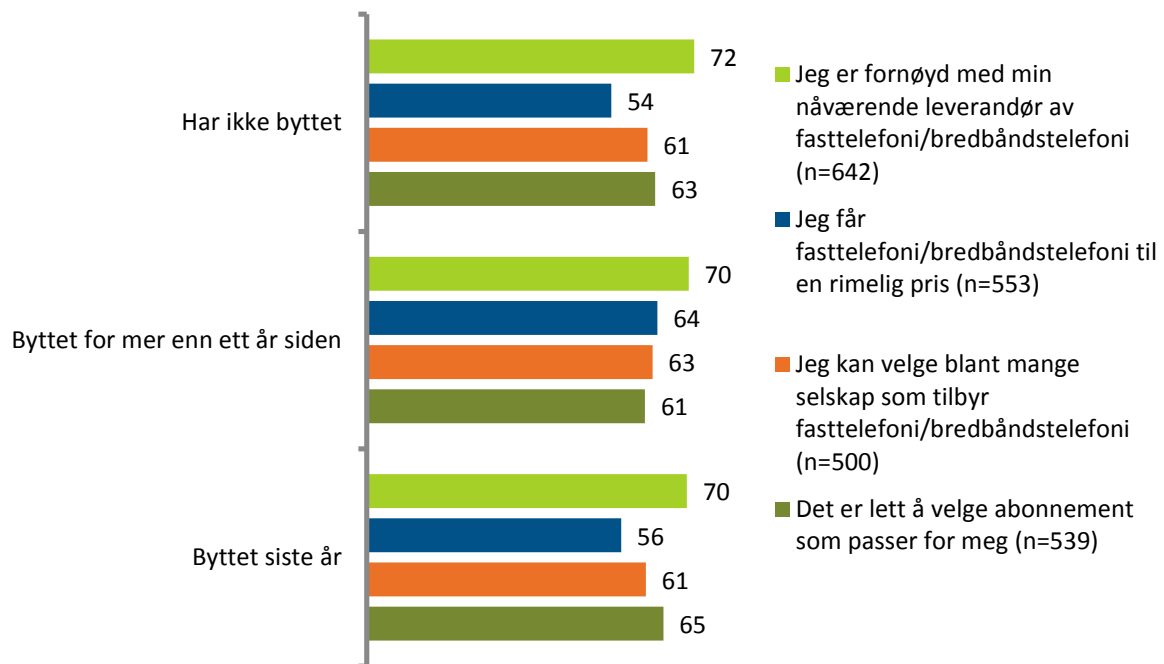
Figur 63 viser kategoriene «byttet siste år» og «har ikke byttet» fasttelefoni fra Figur 62 og sammenlignet andelene fra 2013 med 2011. Figuren viser at andelene er relativt stabile.



Figur 63 Når byttet din husstand sist leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon?/Hvor ofte ringer du med fasttelefon hjemme? Sammenligning 2011 og 2013<sup>56</sup>.

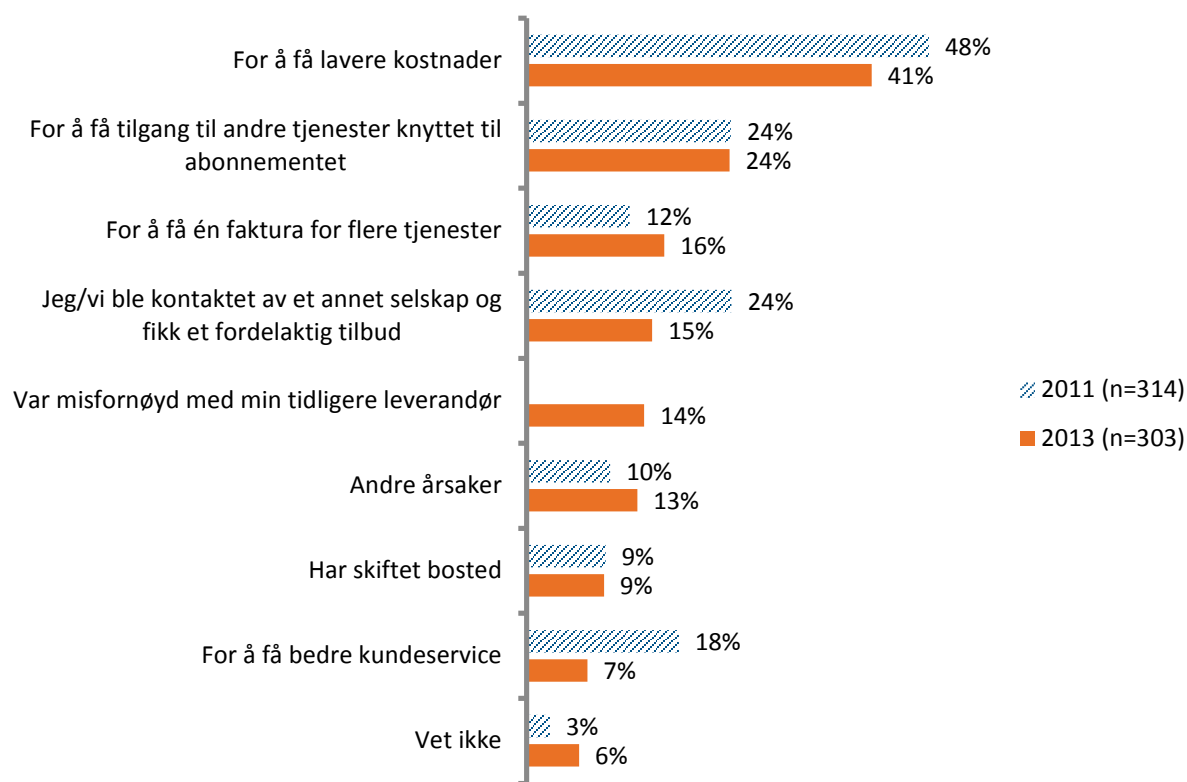
<sup>56</sup> I 2013 er antall respondenter for daglig bruk n=180, for ukentlig bruk n=285 og for mindre enn ukentlig bruk n=142. I 2011 er antall respondenter for daglig bruk n=137, for ukentlig bruk n=229 og for mindre enn ukentlig bruk n=134. Antall ubesvart og «vet ikke» er i 2013 50 og i 2011 51.

Respondentene har svart på i hvilken grad de er enig i et sett av påstander om fasttelefoni. I innledningen av rapporten er det vist hvordan svarene på disse spørsmålene er gjort om til en skår fra 0 til 100, hvor 100 vil si at man er helt enig mens 0 betyr at man er helt uenig. Forskjellene i svarene mellom de ulike gruppene er små og heller ikke store nok til å si at bytte av leverandør er påvirket av vurderingen av påstandene i figur 64



Figur 64 Hvor enig eller uenig er du i de følgende påstandene om fasttelefoni?. 2013.

Figur 65 viser oversikt over oppgitte årsaker til hvorfor man har byttet av leverandør av fasttelefoniabonnement. Her har respondentene kunnet velge flere alternativer. Sett av alternativer er ikke helt like i undersøkelsene i 2011 og 2013, og man må derfor være varsom med direkte sammenligning. Dette forholdet er også markert ved å skravere søylene for 2011. Vi ser for eksempel at «for å få bedre kundeservice» har lavere andel i 2013 enn i 2011. Dette kan ha sammenheng med et nytt svaralternativ «var misfornøyd med tidligere leverandør» i 2013 som har en andel på 14 prosent. «jeg ble kontaktet.....» har fått relativt mindre betydning. Ellers har ikke den relative viktigheten endret seg særlig fra 2011 til 2013. Lavere kostnader er fortsatt viktigst, og tilgang til andre tjenester som for eksempel bredbånd nest viktigst.

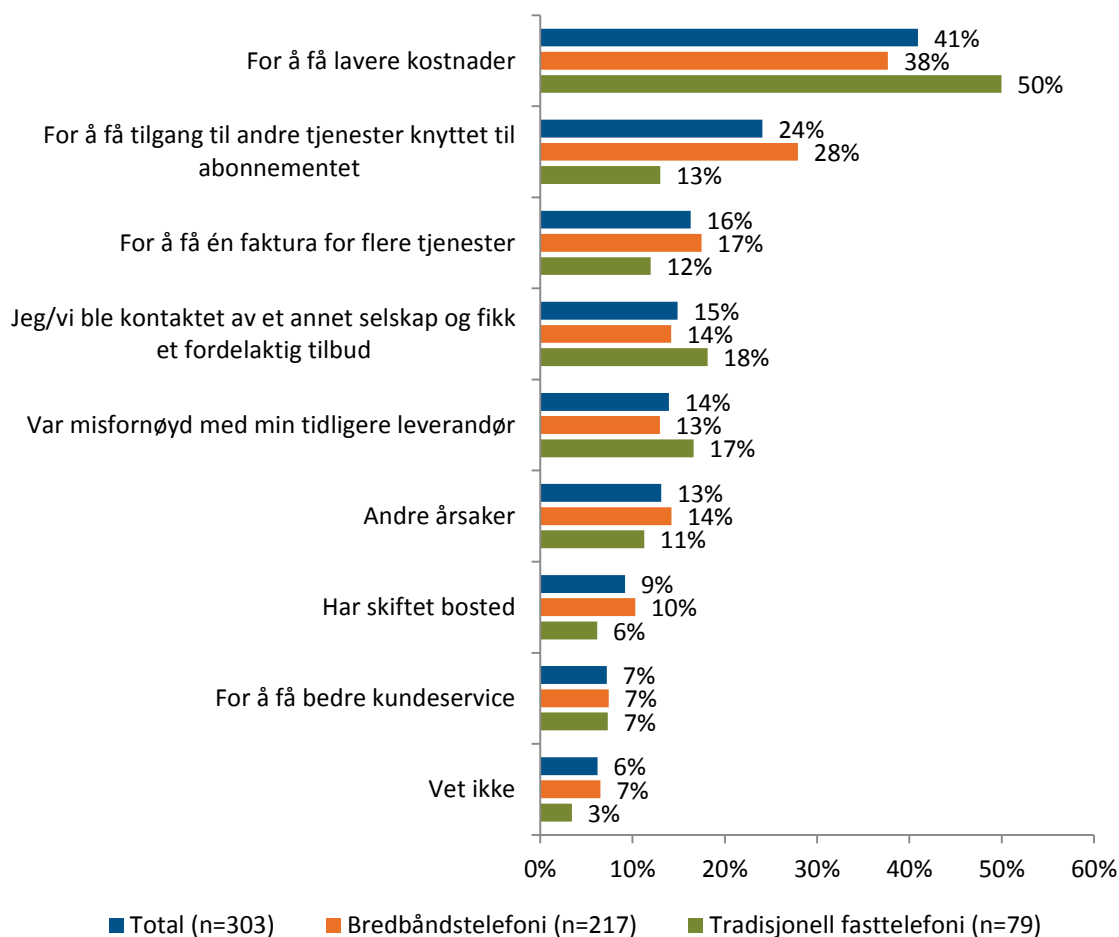


Figur 65 Dersom du/dere har byttet leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefon. Hva er den eller de viktigste årsakene til at dere byttet?<sup>57</sup> Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

Det er enkelte forskjeller på årsaker til bytte mellom de som har tradisjonell fasttelefoni og de som har bredbåndstelefon. «Lavere kostnader» er mer vanlig årsak for tradisjonell fasttelefoni, mens «For å få tilgang til andre tjenester knyttet til abonnementet» er mer vanlig for bredbåndstelefon. Dette henger sammen med at bredbåndstelefon ofte er en del av et koblet

<sup>57</sup> Antall ubesvart i 2013 er 47.

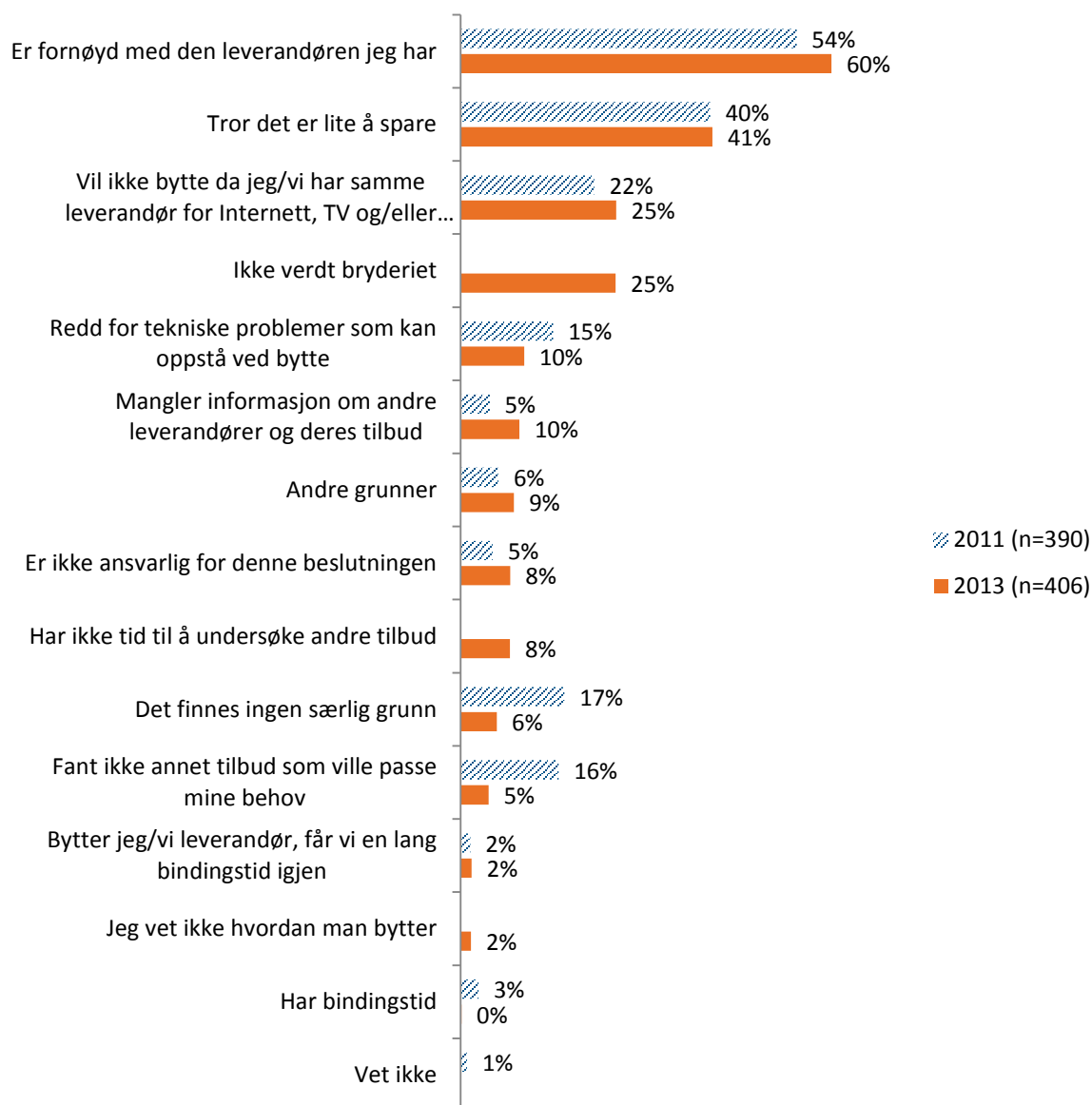
produkt med Internett og eventuelt TV i tillegg til bredbåndstelefon. Dette er ikke tilfelle i samme grad med tradisjonell fasttelefon.



Figur 66 Dersom du/dere har byttet leverandør av fasttelefon/bredbåndstelefon. Hva er den eller de viktigste årsakene til at dere byttet?<sup>58</sup> Fordelt på type fasttelefon. Mulighet for flere valg. 2013.

Svarene på hvorfor man ikke har byttet leverandør av fasttelefon bærer preg av at man er relativt fornøyd med nåværende leverandør og tror det er lite å spare. Dette understrekes også av at 25 prosent i 2013 også svarer at «det ikke er verdt bryderiet».

<sup>58</sup> Antall ubesvart for bredbåndstelefon er 10 og for tradisjonell fasttelefon 3.



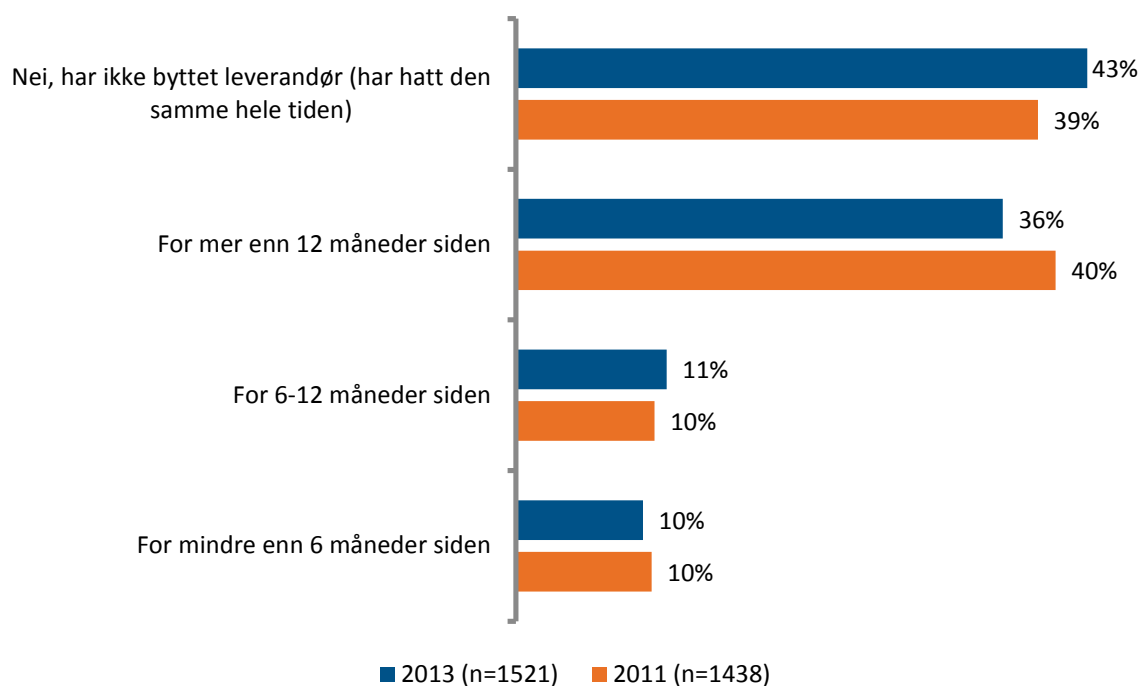
Figur 67 Dersom du/dere ikke har byttet leverandør av fasttelefoni/bredbåndstelefoni: hva er den eller de viktigste årsakene til at du/dere ikke har byttet leverandør?<sup>59</sup>. Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

Årsakene til at kundene ikke har byttet leverandør av fasttelefoni varierer i liten grad med hensyn til om de har tradisjonell fasttelefoni eller bredbåndstelefoni.

<sup>59</sup> I 2011 var svaralternativet «Mangler informasjon om andre leverandører...» formulert slik «kjenner ikke til hvilke leverandører som finnes». I 2011 var svaralternativet «Fant ikke annet tilbud som ville passe mine behov» formulert slik «Har ikke funnet annet tilbud som passer bedre». Antall ubesvart i 2013 var 21.

### 6.3 Mobiltelefoni

I 2011 var det nær 98 prosent som sier de bruker mobiltelefoni. Tilsvarende tall i 2013 øker marginalt til i overkant av 98 prosent. Figur 68 nedenfor viser hvor stor andel av dem som har mobiltelefon som har byttet leverandør av abonnement. Andelen som sier at de har byttet, har falt noe fra 2011 til 2013.

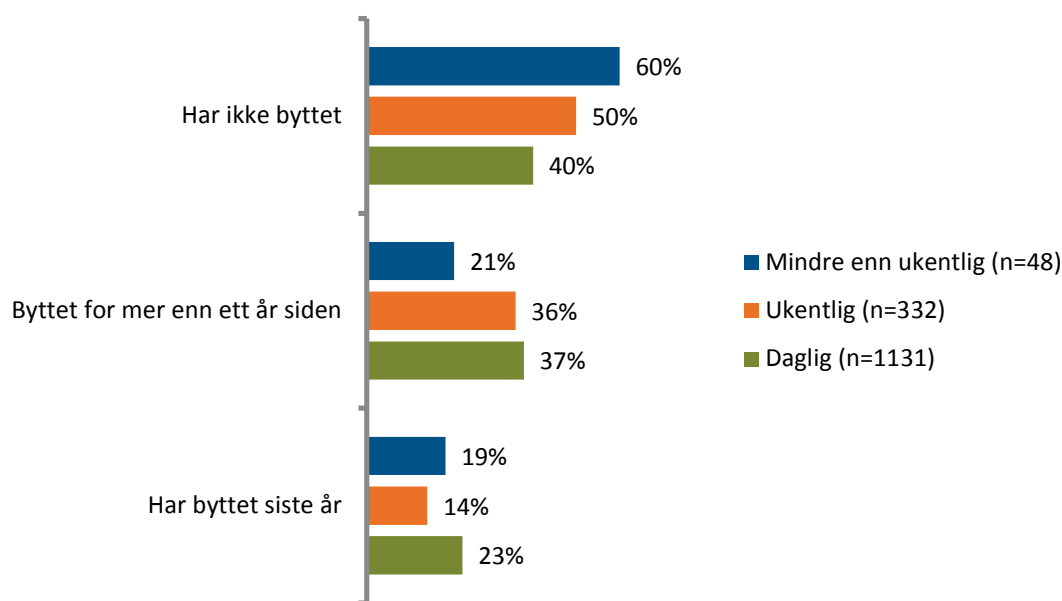


Figur 68 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement?<sup>60</sup>. 2011 og 2013.

Det er en større andel av dem som bruker mobiltelefonen daglig til å ringe med, som har byttet leverandør siste år. Andelen som ikke har byttet i det hele tatt er størst blant dem som bruker mobiltelefonen mindre enn ukentlig. I denne gruppen er det 60 prosent som aldri har byttet leverandør.

<sup>60</sup> «Vet ikke» og ubesvart i 2013 var 99, i 2011 var tilsvarende tall 81.





Figur 69 Når byttet du sist leverandør av mobiltelefoni? / Hvor ofte bruker du mobiltelefon til å ringe med? 2013.<sup>61</sup>

Blant dem som bruker mobiltelefon til å surfe på Internett daglig eller ukentlig, er det 65 prosent som oppgir å ha byttet leverandør, mens blant dem som surfer på Internett mindre enn en gang i uken, er det 46 prosent som har byttet leverandør. Tilsvarende ser vi at det er de som bruker sosiale medier eller strømmer TV, som i størst grad oppgir å ha byttet leverandør av mobilabonnement. Det er altså en generell tendens til at aktive brukere av ulike tjenester i større grad bytter abonnement enn de som er mindre aktive.

	Surfe på Internett		Sosiale medier		Strømme TV	
	Bruker daglig eller ukentlig	Mindre enn ukentlig	Bruker daglig eller ukentlig	Mindre enn ukentlig	Bruker daglig eller ukentlig	Mindre enn ukentlig
Har byttet	65 %	46 %	67 %	48 %	65 %	55 %
Har ikke byttet	35 %	54 %	33 %	52 %	35 %	45 %
Antall respondenter (n)	n=918	n=505	n=765	n=666	n=358	n=1053

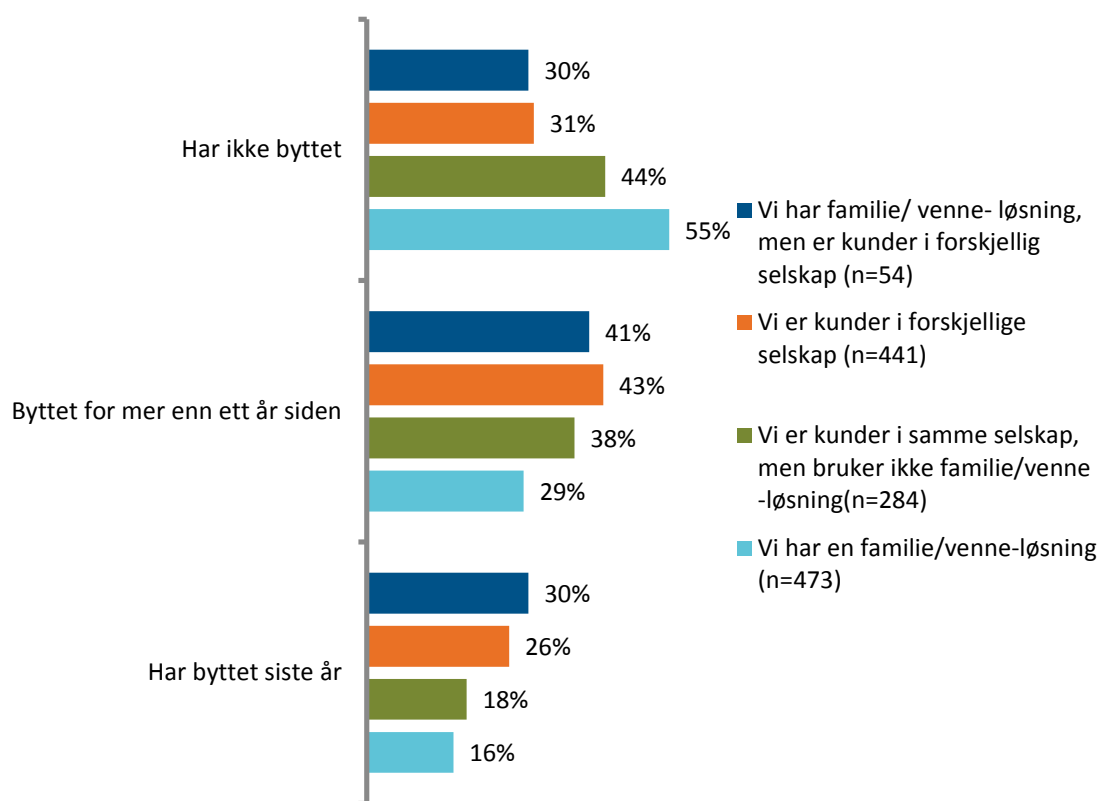
Tabell 2 Bruker du mobiltelefonen til å... (Bruk av ulike tjenester på Internett)<sup>62</sup>. 2013.

<sup>61</sup> Antall ubesvart eller «vet ikke» på spørsmål om bruk av mobil til å ringe er 10.

<sup>62</sup> Antall ubesvart eller «vet ikke» er 99 for Internett, 91 for sosiale medier og 109 for å strømme TV.

Det er ulike måter å organisere mobilabonnementene i en husstand. Dersom husstanden har flere enn ett abonnement, har vi bedt respondentene svare på hvordan husstanden har organisert disse abonnementene. Kategorien «vi har familie/venne-løsning, men er kunder i forskjellige selskap» var med i spørreskjema for 2013, men ikke i 2011. Vi ser av figur 8 på side 19 at andelen som har familie/venne-løsning, går noe ned. Men legger vi til andelen som har familie/venne-løsning, men i forskjellige selskap i 2013, er ikke andelen med familie/venne-løsning vesentlig endret fra 2011 til 2013. Det er en relativt høy andel som ikke har svart eller svart «vet ikke» på dette spørsmålet.

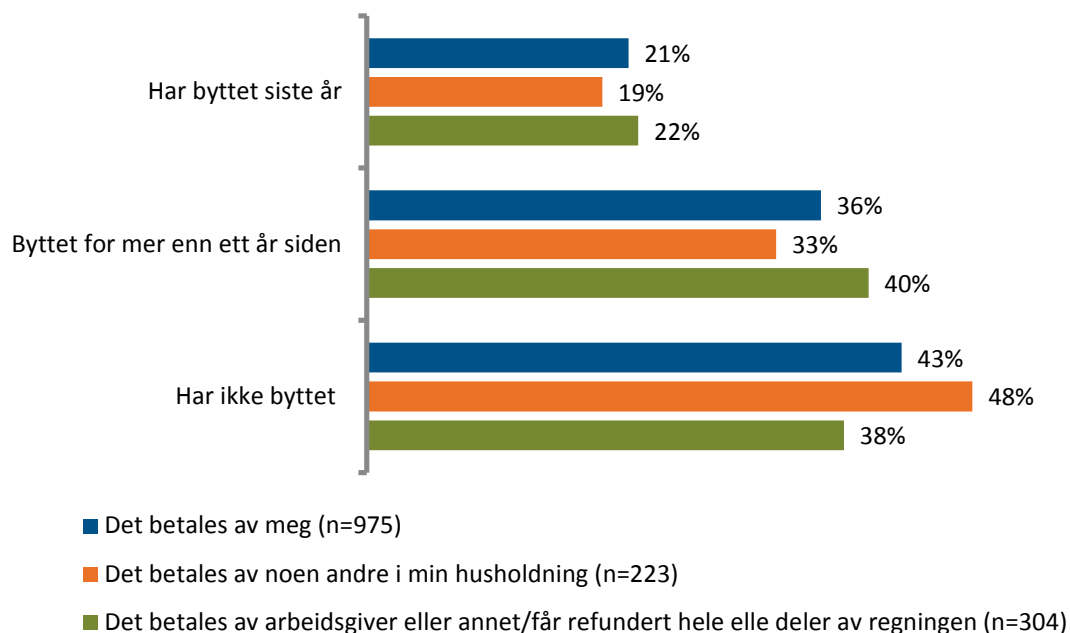
Figur 70 viser at det er størst andel som har byttet siste år i de husholdningene som har abonnement hos ulike selskap, uavhengig om de har en familie/venne-løsning (det er imidlertid få respondenter i gruppen som har familie/venne-løsning, men har abonnement hos ulike selskap). De som er kunder i samme selskap, med eller uten familie/venne-løsning, har lavere andel som har byttet siste år.



Figur 70 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement/Hvordan har din husstand organisert mobilabonnementene?<sup>63</sup>. 2013.

<sup>63</sup> Antall ubesvart eller «vet ikke» er 315.

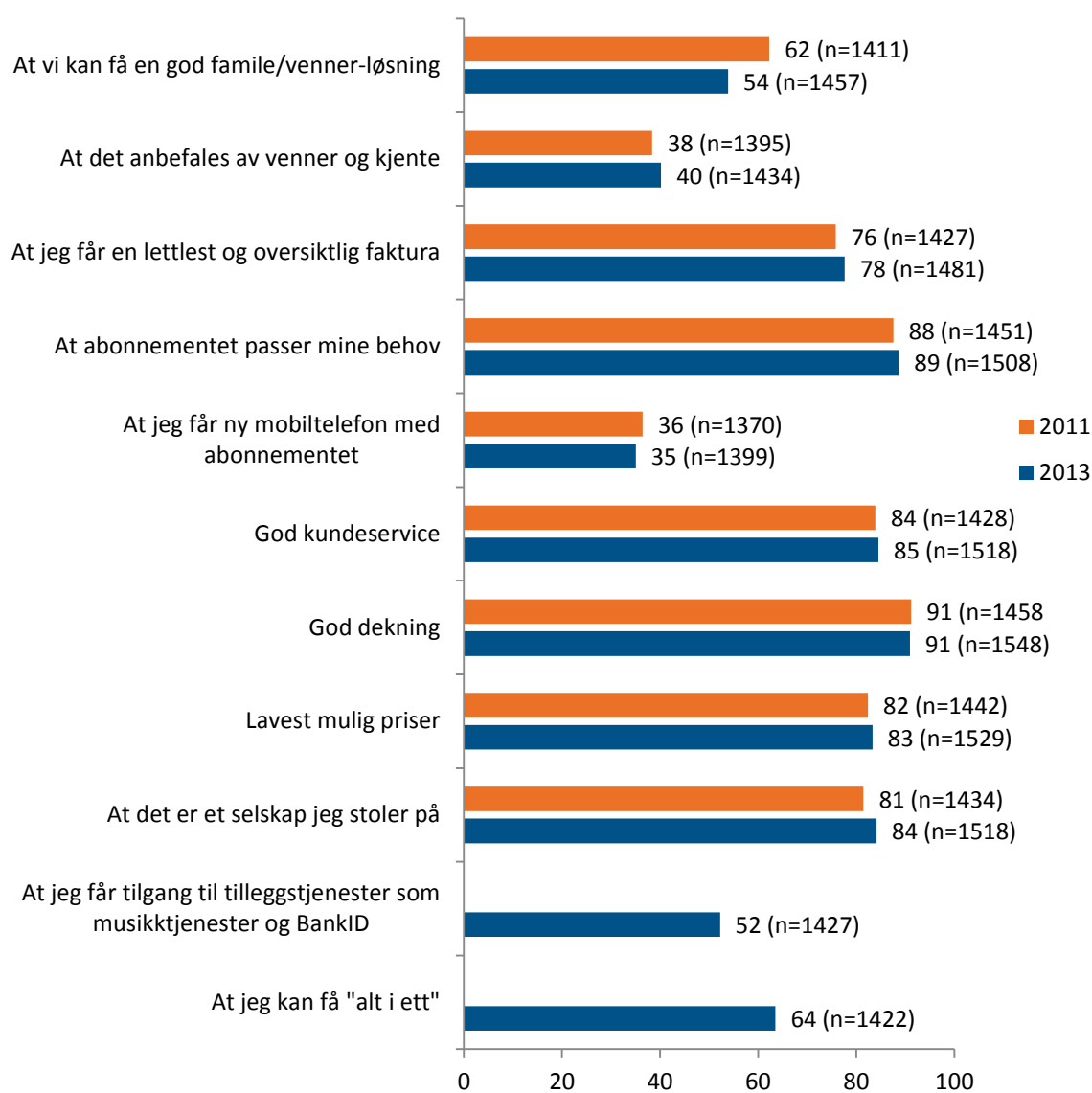
Det fleste betaler mobilabonnementet selv. Noen får det betalt av andre i husholdningen, mens andre får betalt eller refundert fra arbeidsgiver. I figur 71 ser vi at andelene i disse gruppene som har byttet leverandør av mobilabonnement siste år, er relativt like, med 21 prosent blant dem som betaler selv, 19 prosent blant dem som får betalt abonnementet av andre i husholdningen og 22 prosent hos dem som får betalt eller refundert av arbeidsgiver. Det er størst andel som ikke har byttet der abonnementet betales av andre i husholdningen. Det er gruppen som får betalt eller refundert mobilregning av arbeidsgiver, som har den største andelen som har byttet enten siste år eller byttet for mer enn ett år siden.



Figur 71 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement? / Hvem betaler mobilabonnementet ditt?<sup>64</sup>. 2013.

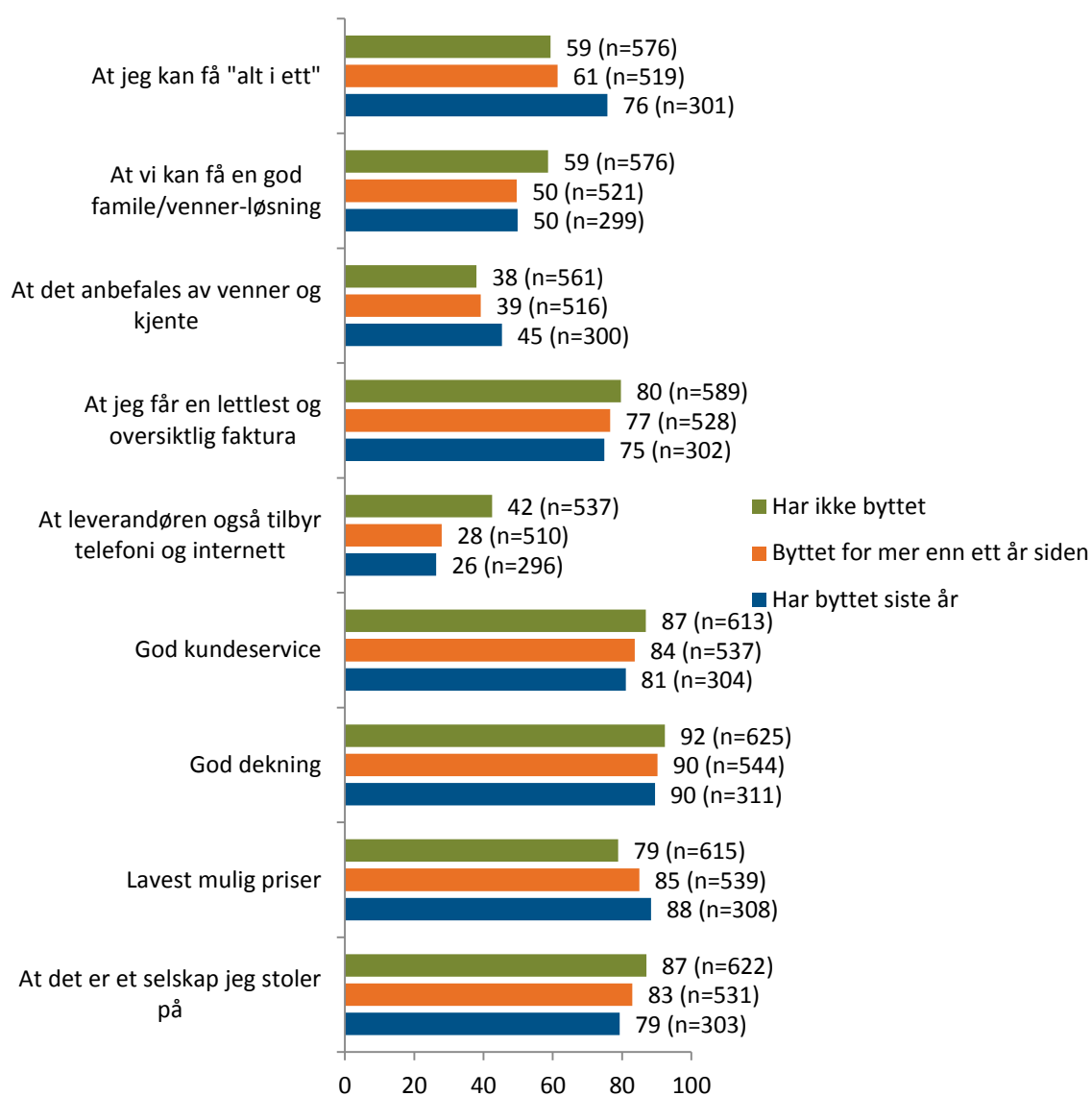
<sup>64</sup> De som har svart «vet ikke» eller ubesvart på spørsmålet «Hvem betaler mobilabonnementet ditt?» er ikke tatt med i figuren. Disse utgjør 37 respondenter.

Figur 72 viser hvordan respondentene vurderer ulike momenter når de skal velge leverandør av mobilabonnement. De har vurdert i hvilken grad de er enig i de ulike påstandene på en skala fra én til seks. Dette har gitt en gjennomsnittlig skår som er omregnet til en skala fra 1 til 100 hvor 1 er «svært lite viktig» og 100 er «svært viktig». Vi ser at god dekning vurderes som aller viktigst både i 2011 og 2013. «At jeg får ny mobiltelefon med abonnementet» og «At det anbefales av venner og kjente» vurderes som relativt lite viktig. Vi ser at «At vi kan få en god familie/venner-løsning» er blitt noe mindre viktig fra 2011 til 2013. Det er kommet to nye momenter til i 2013 som ikke var med i undersøkelsen i 2011, nemlig «At jeg kan få «alt i ett» (såkalt fastpris) og «at jeg kan få tilgang til tilleggstenester som musikktenester og BankID». Disse vurderes som middels viktige. «At jeg kan få «alt i ett»» vurderes som noe viktigere i 2013 enn «At vi kan få en god familie/venner-løsning».



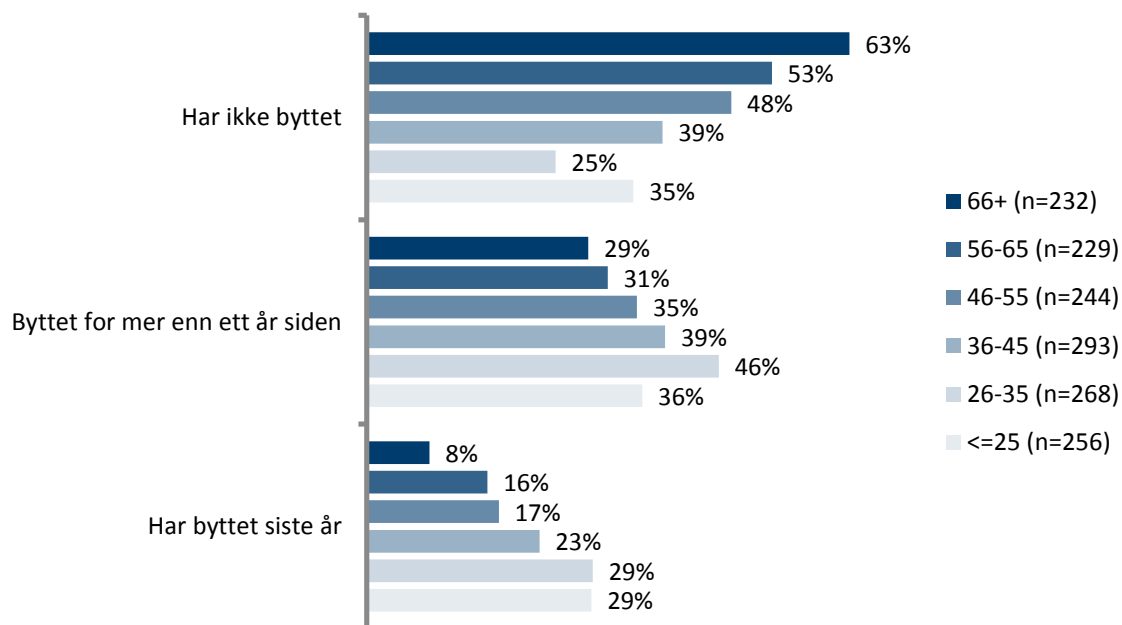
Figur 72 Hvor viktige er de følgende momentene for deg når du skal velge leverandør av mobilabonnement? 2011 og 2013.

Figur 73 viser en oversikt over hvilke holdninger de som har byttet og ikke byttet leverandør av mobilabonnement har til hva som er viktig når de skal velge leverandør av mobilabonnement. De som ikke har byttet, er relativt mer opptatt av at det er det selskap de kan stole på, god kundeservice, at operatøren også tilbyr telefoni og internett, lettlest faktura samt en god familie/venner-løsning. Dette kan tolkes som at de er opptatt av trygghet. De som ikke har byttet, er også relativt mest enig i påstanden «Jeg opplever at min leverandør tilbyr god dekning». De som har byttet siste år, er relativt mer opptatt av lavest mulig priser, at abonnementet anbefales av venner og kjente og at de kan få abonnement med «alt i ett». Ellers er det ikke signifikante forskjeller i hvordan de ulike gruppene vektlegger de momentene ved valg av leverandør av mobiltelefoni.



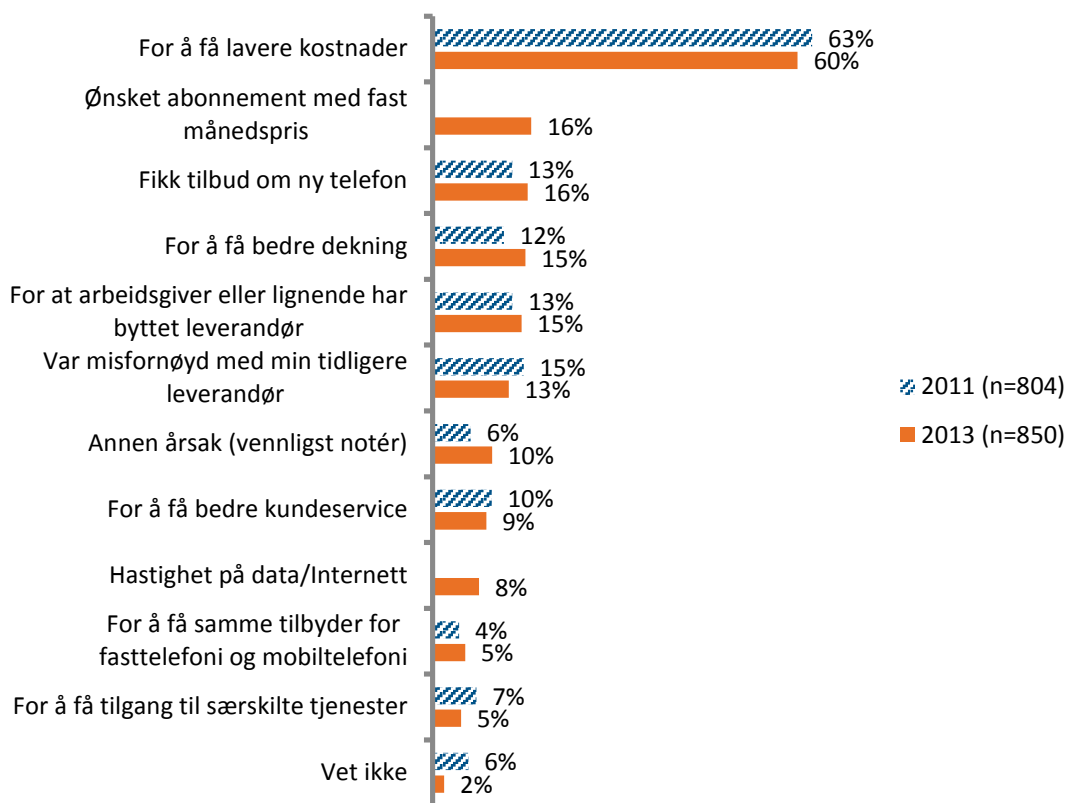
Figur 73 Hvor viktige er de følgende momenter for deg når du skal velge leverandør av mobilabonnement? Når byttet du sist leverandør av mobilabonnement. 2013.

Figur 74 viser at andelen som har byttet siste år, er større i de yngre aldersgruppene, mens andelen som ikke har byttet, er størst i de eldre aldersgruppene.



Figur 74 Andel innenfor ulike aldersgrupper med hensyn til bytte av leverandør av mobilabonnement. 2013

Figur 75 viser viktigste årsaker til bytte av mobilabonnement for 2011 og 2013. Det er noen endringer i utvalget av mulige valg av årsaker som gjør sammenligningen noe mer problematisk enn hvis de hadde vært identiske. Det er to nye årsaker som er kommet til, nemlig «Ønsket abonnement med fast månedspris» og «Hastighet på data/internett». Ønske om fast månedspris blir rangert som nest viktigste årsak i 2013. Det er noe nedgang i andelen som har krysset av for «for å få lavere kostnader» fra 2011 til 2013. Dette kan ha sammenheng med at pris har fått litt mindre betydning, men kan også være en konsekvens at det en betydelig andel også har krysset av i de to nye årsakene som er kommet til fra 2011 til 2013.

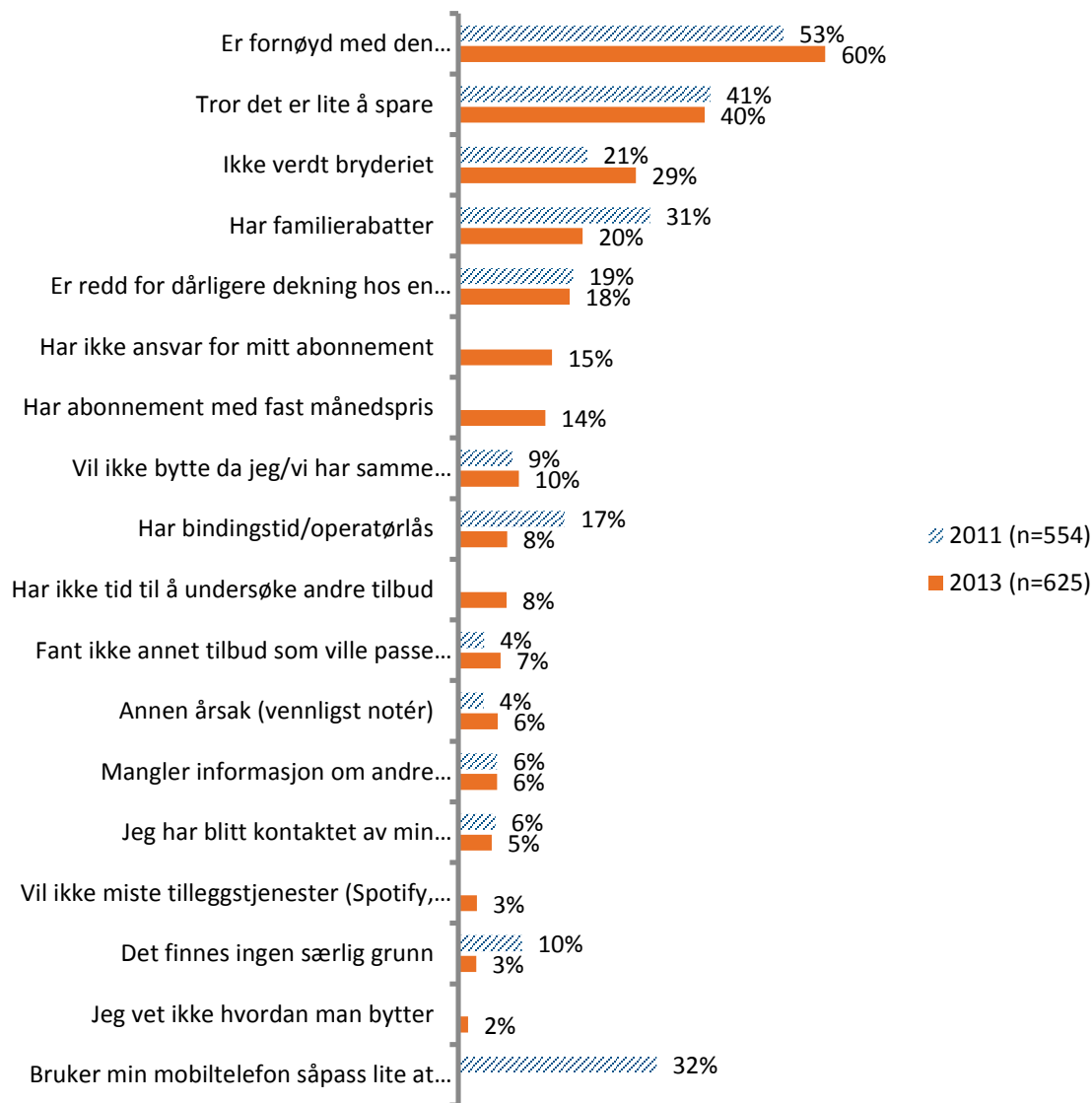


Figur 75 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du byttet leverandør av mobilabonnement?<sup>65</sup> Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

Den relative betydningen av de ulike årsakene er i stor grad uendret. Lavere kostnader er den klart viktigste årsaken. Tilbud om ny telefon er fortsatt viktig, nå sammen med ønske om fast månedspris. Bedre dekning er blitt noe mer viktig. Dette kan ha sammenheng med økt bruk av mobilt bredbånd som gjør at man i større grad legger merke til om man er dekket av mobilmaster med nyere teknologi som gir høyere hastigheter enn i områder med eldre teknologi.

<sup>65</sup> Antall ubesvart i 2013 er 20.

I Figur 76 har vi sammenlignet årsakene til at man ikke har byttet for 2011 og 2013. Det er også her noen endringer i alternativer. «Har ikke ansvar for mitt abonnement», «Har abonnement med fast månedspris», «Vil ikke miste tjenester som Spotify og Wimp etc», «Har ikke tid til å undersøke andre tilbud» og «Jeg vet ikke hvordan man bytter» er kommet til i 2013. «Bruker min mobiltelefon såpass lite at det ikke er noe vits i å bytte» er tatt ut i 2013. Tolkning av endringer må derfor gjøres med varsomhet.



Figur 76 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du ikke har byttet leverandør av mobilabonnement<sup>66</sup>? Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

<sup>66</sup> I 2011 er to årsaker slått sammen, «Har operatørlås» og «Har bindingstid». Antall ubesvart i 2013 er 26.



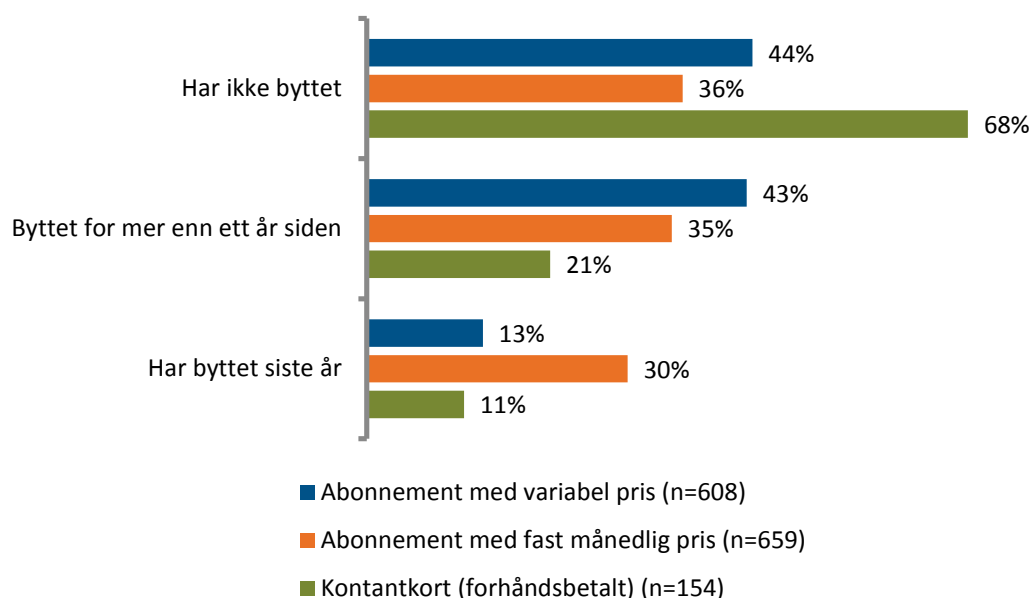
Tilfredshet med den leverandøren kunden har i dag er fortsatt den årsaken som flest respondenter har oppgitt. «Tror der er lite å spare» er også fortsatt viktig. «Har familierabatter» er blitt noe mindre viktig, det samme har bindingstid og operatørlås.

Kundene har fortsatt en viss frykt for at de vil få dårligere dekning dersom de bytter leverandør. 18 prosent frykter dårligere dekning ved bytte i 2013.

For å kunne ta i bruk mobile tjenester, er det viktig at det er tilstrekkelig dekning. For å kunne bruke tjenester som internett og e-post, trenger man også dekning som gir tilstrekkelig hastighet for databruk på mobiltelefonen. Når respondentene svarer på spørsmål knyttet til dekning, vil de derfor kunne legge noe forskjellig forståelse i begrepet dekning. Noen vil hovedsakelig forstå det som grunnleggende mobildekning, mens andre vil i større grad tenke på hvor god dekning det er for såkalt 3G og/eller 4G slik at tjenester som Internett gir en god brukeropplevelse.

Dersom man ser på årsaker til bytte av leverandør av mobilabonnement, oppgir folk i Nord-Norge «For å få bedre dekning» som årsak i større grad enn resten av landet. Blant årsaker til hvorfor man ikke har byttet trekker folk i Trøndelag og Møre og Romsdal, Nord-Norge og Hedmark og Oppland frem «er redd for dårligere dekning hos en annen leverandør» i større grad enn andre steder i landet. Dette er mest fremtredende i Nord Norge. Det er imidlertid ikke store forskjeller i holdning til hvor viktig dekning er generelt ved valg av leverandør av mobilabonnement.

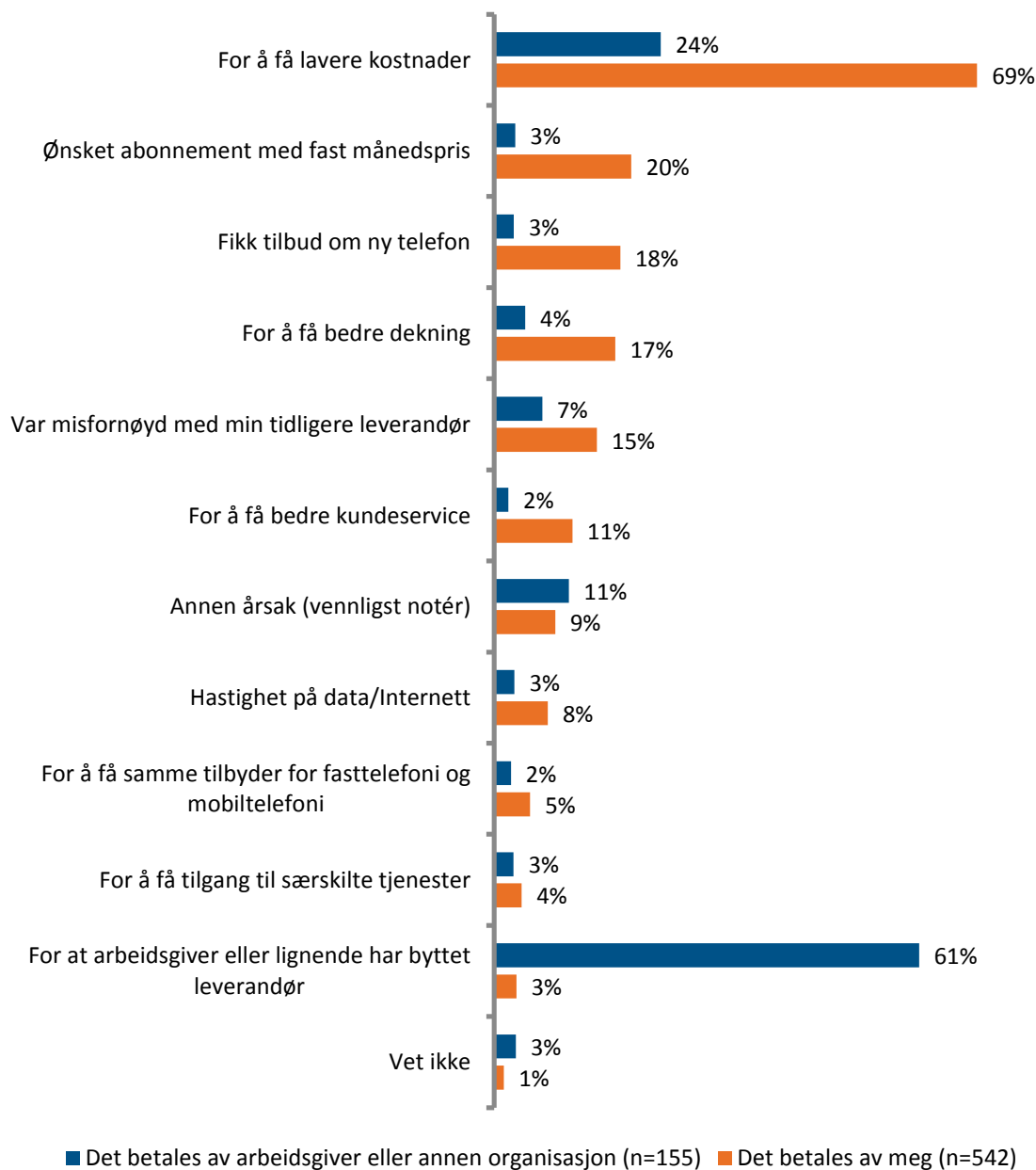
I det følgende skal vi se på ulike grupper avhengig av hvem som betaler for mobilabonnementet. I figur 9 på side 20 ser vi at 64 prosent betaler abonnementet selv. 20 prosent får abonnementet betalt eller refundert av arbeidsgiver. Figur 77 viser at mange av dem som i dag har fastprisabonnement, har byttet siste år. Disse har enten byttet fra en annen type abonnement til fastpris, eller fra ett fastprisabonnement til et annet. Det har det siste året vært en rask utvikling hos tilbyderne til nærmest kun å tilby fastprisabonnement. . Andelen av dem som har fastpris som har byttet leverandør siste år, er 30 prosent mens tilsvarende andel for dem med variabel månedspris eller kontantkort er henholdsvis 13 og 11 prosent.



Figur 77 Når byttet du sist leverandør av mobilabonnementet? / Hvem betaler mobilabonnementet ditt?(for gruppen som betaler abonnementet selv)<sup>67</sup>. 2013.

<sup>67</sup> Antall ubesvart eller «vet ikke» på spørsmål om hvilken type abonnement er 18.

Figur 78 viser at for dem som betaler selv, er kostnader det klart viktigste argumentet for bytte av leverandør. For dem som får betalt abonnement av arbeidsgiver, er det naturlig nok arbeidsgivers valg som er det viktigste, men her oppgis pris også som en viktig årsak.



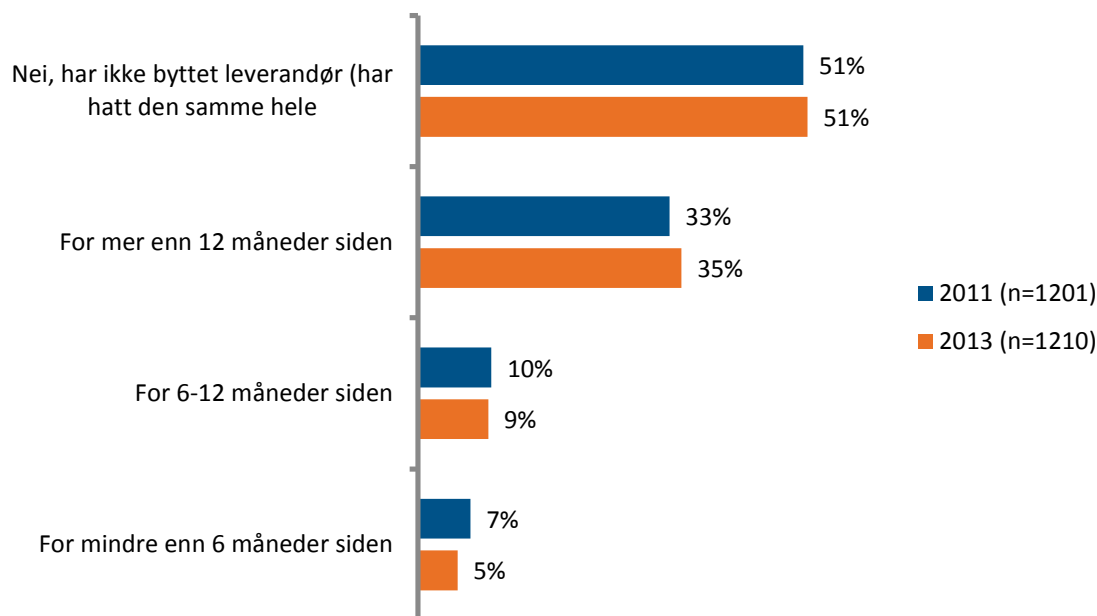
Figur 78 Hvem betaler mobilabonnementet ditt? / Årsaker til bytte av leverandør av mobilabonnement<sup>68</sup> 2011 og 2013.

Det er også noen markerte forskjeller når det gjelder årsaker til at man ikke har byttet leverandør av mobilabonnement. De som får betalt av arbeidsgiver, oppgir i stor grad at de ikke har ansvar for eget abonnement.

<sup>68</sup> Antall ubesvart for gruppen «det betales av arbeidsgiver....» er 2 og for gruppen «Det betales av meg» er 20.

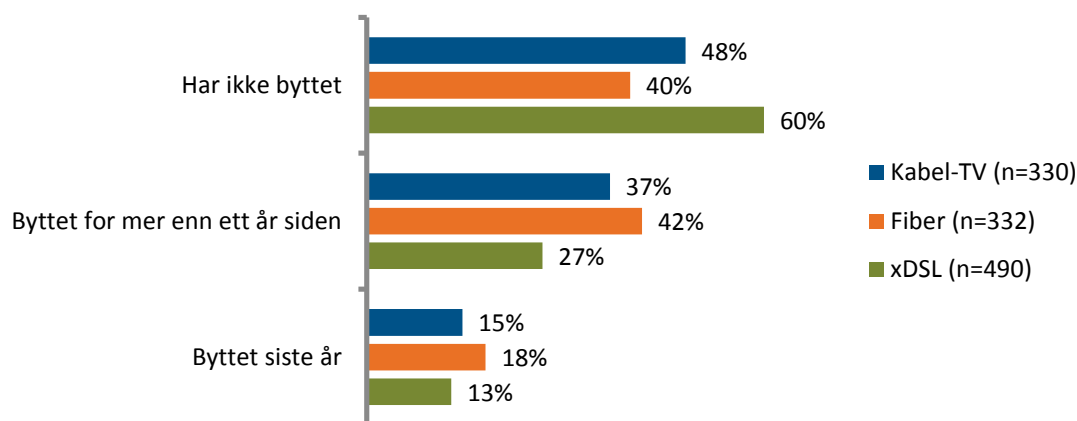
## 6.4 Fast bredbånd

Om lag 14 prosent oppgir at de har byttet leverandør av fast bredbånd i løpet av de siste tolv måneder. Tilsvarende andel var 17 prosent i 2011.



Figur 79 Når byttet din husstand sist leverandør av fast bredbånd?<sup>69</sup>2011 og 2013.

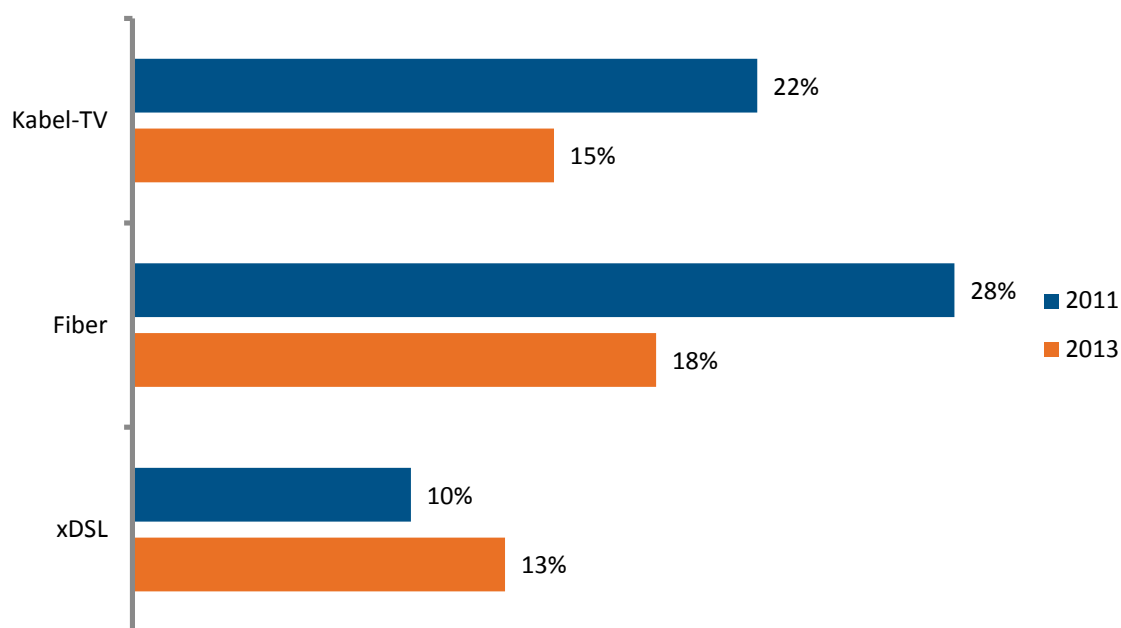
Nedenfor fremgår det hvor stor andel av de som har fast bredbånd via xDSL, fiber eller kabel-TV, som har byttet eller ikke byttet leverandør av fast bredbånd. De som har svart Radiolinje eller ukjent teknologi, er ikke tatt med. De tre mest vanlige teknologiene for fast bredbånd sammenlignes, nemlig xDSL, fiber og kabel-TV.



Figur 80 Når byttet din husstand sist leverandør av fast bredbånd? / Type fast bredbånd hjemme? 2013.

<sup>69</sup> Figuren viser andeler for dem har tatt stilling til spørsmålet. De som har svart «vet ikke» eller ubesvart på spørsmålet er ikke tatt med i beregning av total og andeler. Antallet i disse to kategoriene var hhv. 229 og 181 i 2011 og 2013.

Sammenligner vi andelen som har byttet siste år, i 2013 med tilsvarende størrelser fra undersøkelsen i 2011, ser vi at det er betydelige endringer. Andelen av dem som har fiber og kabel-tv som oppgir å ha byttet leverandør siste år, har falt fra 2011 til 2013. Disse andelene var henholdsvis 28 prosent og 22 prosent for fiber og kabel-TV i 2011. Tall fra Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet<sup>70</sup> viser at veksten i dekkningen for fiber i Norge også avtar. Det kan derfor være rimelig å anta at lavere vekst i utbygging av nye fibernett slår ut i lavere andel som har byttet til fiber siste år. Det bygges i mindre grad nye kabel-tv nett, og veksten i antall abonnement skyldes i stor grad salg innenfor eksisterende nett.

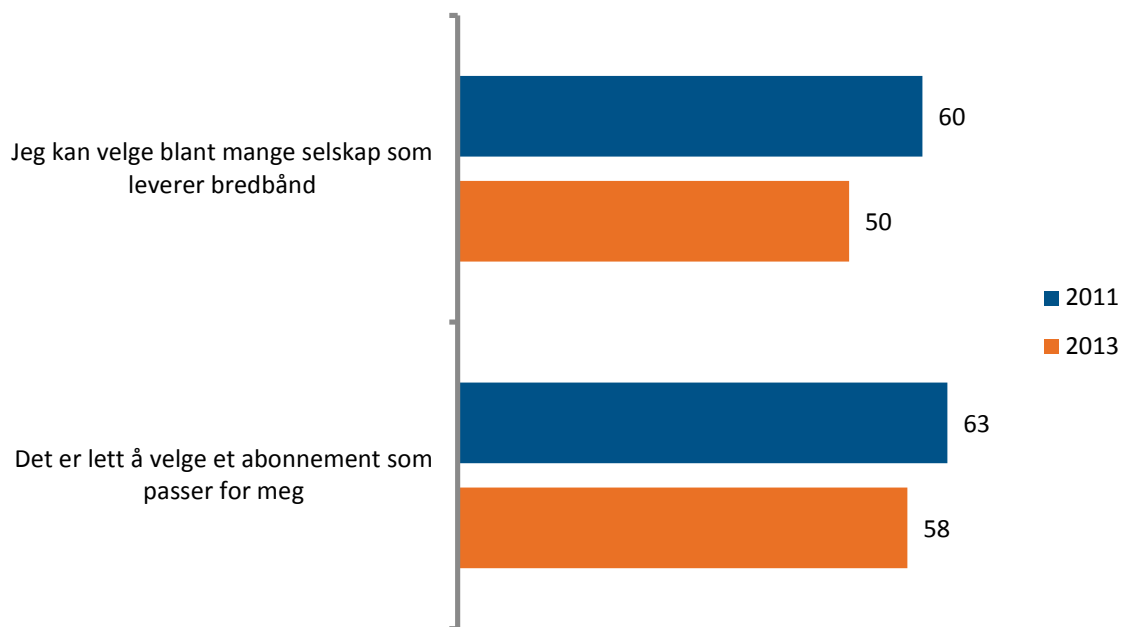


Figur 81 Når byttet din husstand sist leverandør av fast bredbånd? Byttet siste år<sup>71</sup>. 2011 og 2013.

<sup>70</sup> Rapporten «Bredbåndsdekning 2013» utarbeidet at Nexia for Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet. [http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/dok/rapporter\\_planer/rapporter/2013/bredbandsdekning-2013.html?id=735443](http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/dok/rapporter_planer/rapporter/2013/bredbandsdekning-2013.html?id=735443)

<sup>71</sup> For 2011 er n=583 for xDSL, n=215 for fiber og n=269 for kabel-TV. For 2013 er n=490 for xDSL, n=332 for fiber og n=330 for kabel-TV.

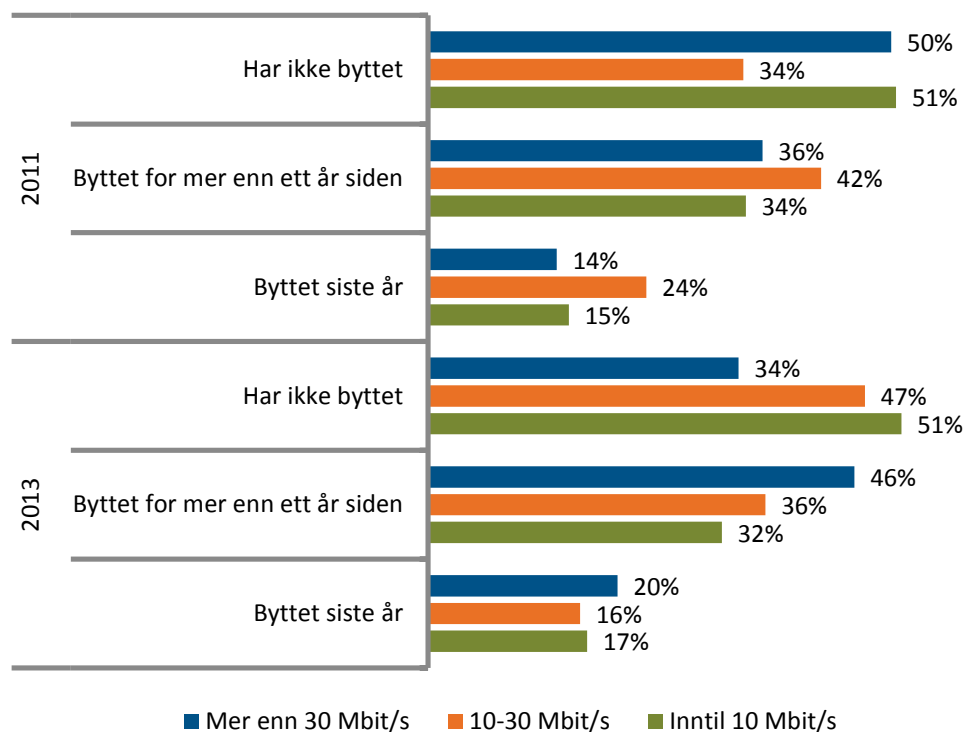
Holdning til spørsmålene «Jeg kan velge blant mange selskap...» og «Det er lett å velge abonnement...», kan fortelle oss noe om forutsetningene for mobilitet. Figur 84 viser noe mindre tilslutning til disse påstandene i 2013 enn i 2011.



Figur 82 Det er lett å velge abonnement som passer for meg, Jeg kan velge blant mange selskap som leverer bredbånd<sup>72</sup> 2011 og 2013.

<sup>72</sup> For påstanden «det er lett å velge et abonnement som passer for meg» er n=1122 i 2011 og 1043 i 2013. For påstanden «jeg kan velge blant mange selskap som leverer bredbånd» er n=1083 i 2011 og 1002 i 2013.

Vi ser av figur 83 nedenfor at i 2013 er det en større andel av dem som har mer enn 30 Mbit/s som har byttet siste år, enn tilsvarende var i 2011 (20 prosent mot 14 prosent).



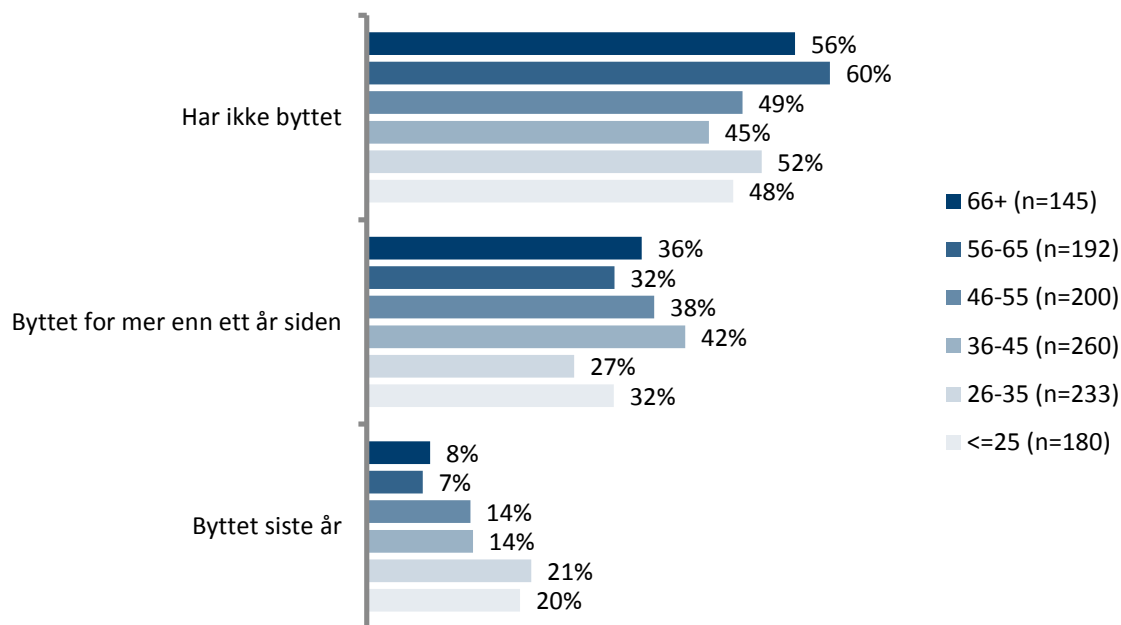
Figur 83 Når byttet du sist leverandør av fast bredbånd? / Hastighet på fast bredbånd<sup>73</sup>. 2011 og 2013.

Når det gjelder mobiltelefoni, ser vi av tabell 2<sup>74</sup> at eksempelvis de som surfer på Internett, bruker sosiale medier og ser på TV på mobilen, i større grad har byttet leverandør. Det er tendenser til et tilsvarende bilde når det gjelder fast bredbånd, men ikke så markert. For eksempel er det 16 prosent av dem som bruker sosiale medier via fast bredbånd, som har byttet siste år, mens tilsvarende andel er 10 prosent blant dem som ikke bruker sosiale medier.

<sup>73</sup> I 2011 er n= 382 for inntil 10 Mbit/s, n=191 for 10 – 30 Mbit/s og n=36 for mer enn 30 Mbit/s. For 2013 er n=227 for inntil 10 Mbit/s, n=335 for 10 – 30 Mbit/s og n=176 for mer enn 30 Mbit/s. Antall ubesvart og «vet ikke» for 2013 er 616 og for 2011 561.

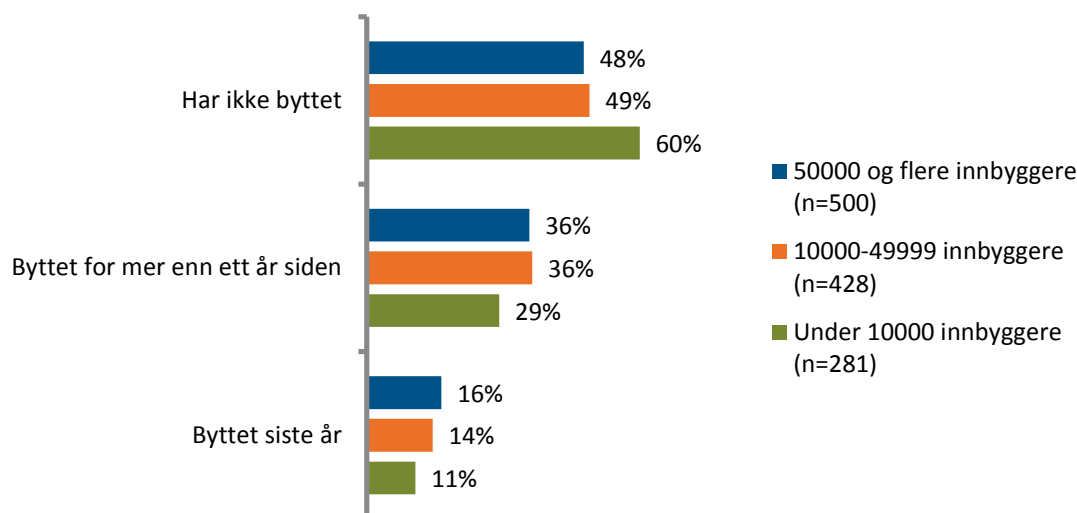
<sup>74</sup> Side 73

Figur 84 viser at andelen som har byttet siste år, er høyere hos de yngre aldersgruppene, mens bilder er mer nyansert når vi ser på andelen som har bytter for mer enn ett år siden eller ikke byttet.



Figur 84 Når byttet du sist leverandør av fast bredbånd? Prosentandel innenfor ulike aldersgrupper som har byttet eller ikke byttet. 2013

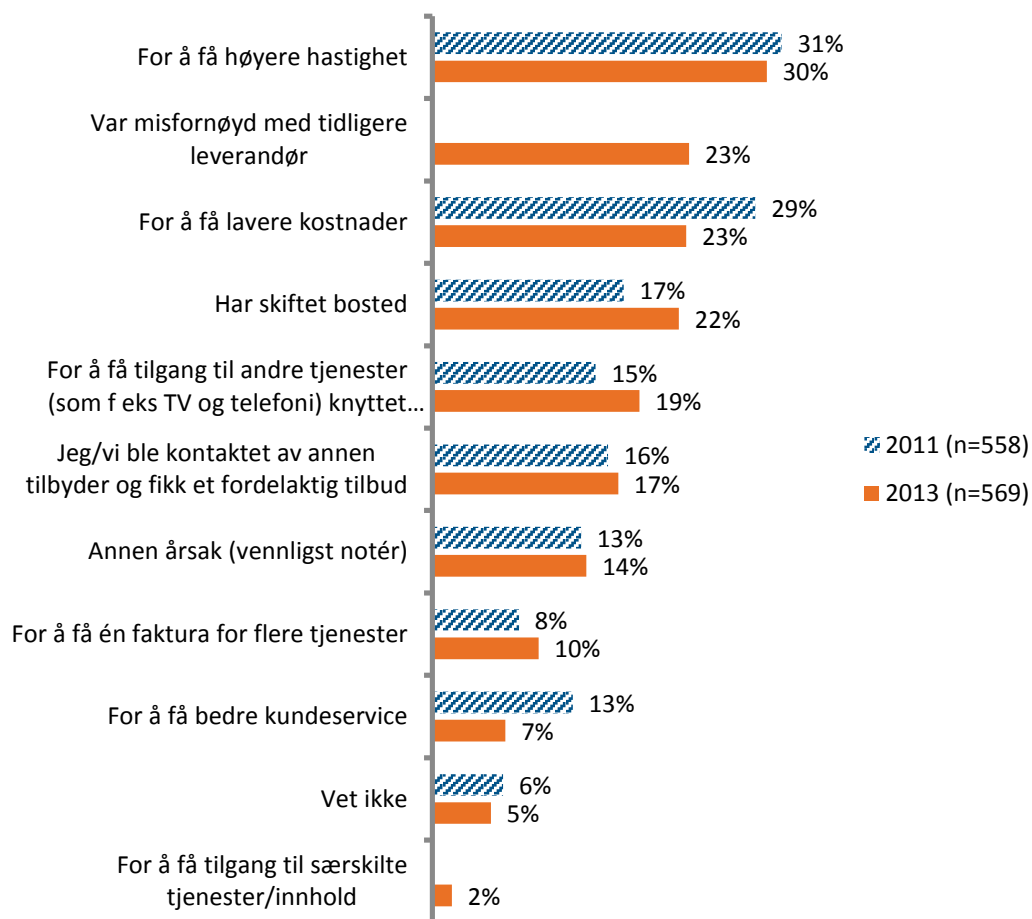
Figur 85 viser hvor stor andel av respondentene som har byttet, avhengig av størrelsen på kommunen. Vi ser at en større andel i kommuner med mindre enn 10 000 innbyggere har ikke byttet leverandør av fast bredbånd.



Figur 85 Når byttet du sist leverandør av fast bredbånd? Prosentandel innenfor ulike kommunestørrelser som har byttet eller ikke byttet. 2013.



I figur 86 sammenlignes de viktigste årsakene til hvorfor man har byttet leverandør av fast bredbånd i 2011 og 2013. Det er noen endringer i alternativene som betyr at tolkningen av endringene må gjøres med varsomhet. Alternativene «Var misfornøyd med tidligere leverandør» og «For å få tilgang til særskilte tjenester/innhold» er kommet til i 2013. Høyere hastighet er den vanligste årsaken til bytte av leverandør av fast bredbånd. Slik var det også i 2011. Lavere kostnader ser ut til å ha blitt mindre viktig siden 2011. Andelen som har svart «for å få bedre kundeservice» har gått ned, men kan muligens forklares at man i 2013 til en viss grad har brukt alternativet «Var misfornøyd med tidligere leverandør». Skifte av bosted er i 2013 oppgitt av flere enn i 2011, det samme gjelder «For å få tilgang til andre tjenester som TV og telefoni».

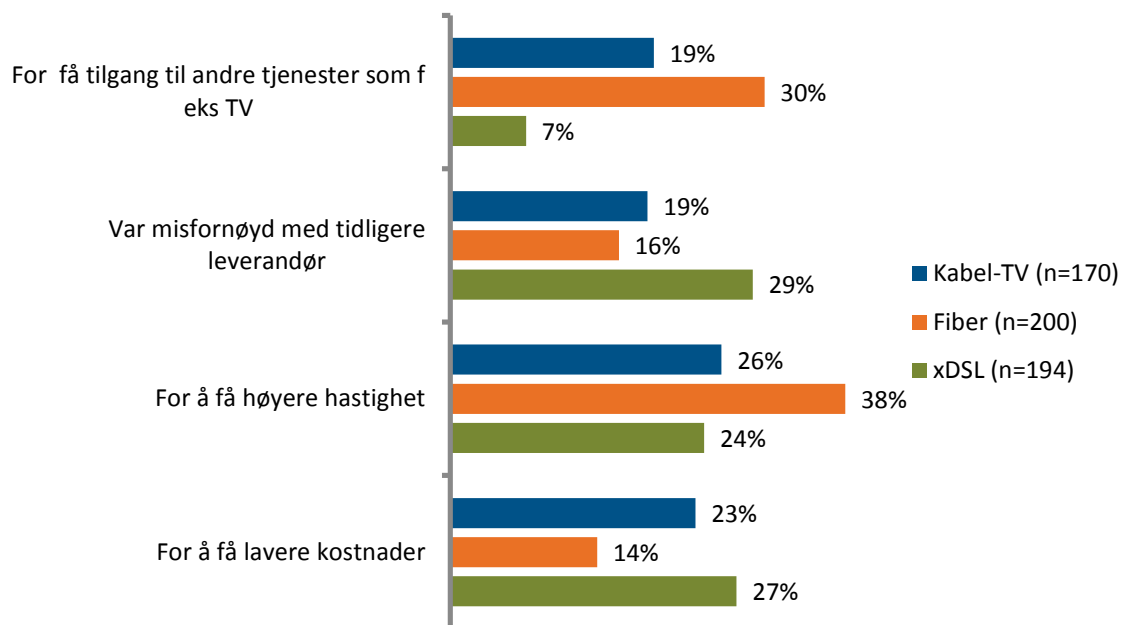


Figur 86 Hva er de viktigste årsakene til at du/dere har byttet leverandør av fast bredbånd?<sup>75</sup>. Mulighet for flere valg. 2010 og 2013.

Det er flere tydelige forskjeller på årsaker til bytte av leverandør avhengig av hvilken type teknologisk løsning man har for fast bredbånd i dag. Blant dem som har fiber, er det 38

<sup>75</sup> Antall ubesvart for 2013 er 53.

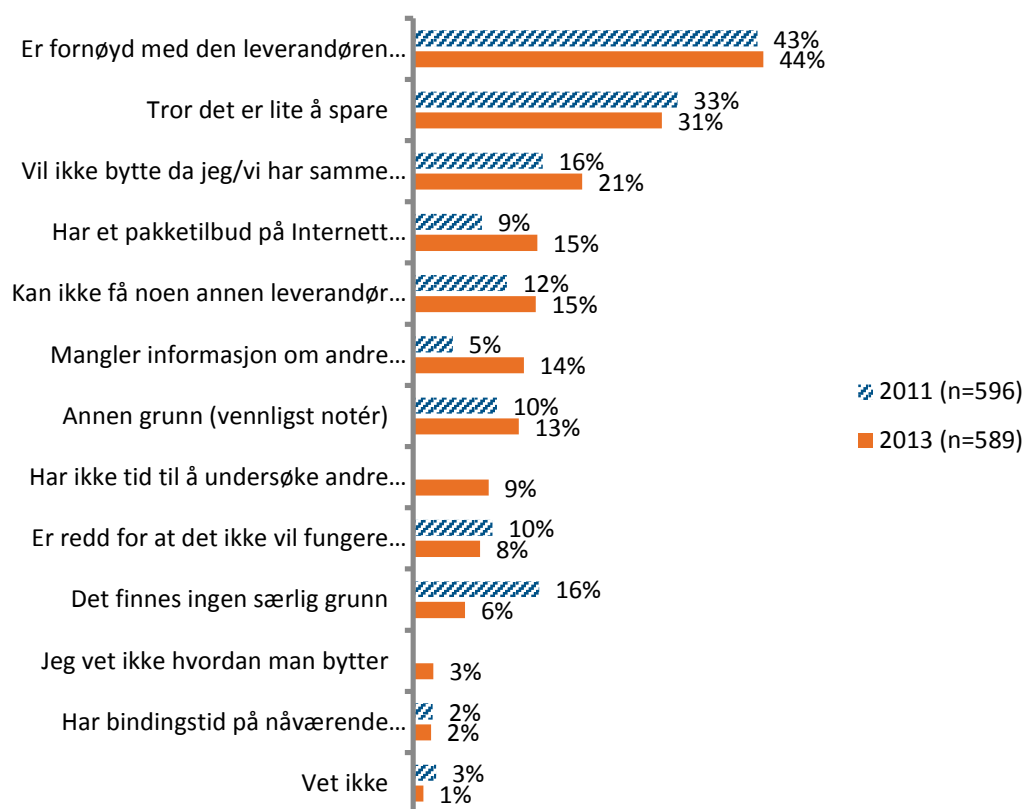
prosent som har oppgitt «For å få høyere hastighet» og 30 prosent som har oppgitt «For å få tilgang til andre tjenester som f eks TV». Blant dem som har fast bredbånd via kabel-TV eller xDSL, er det en større andel som oppgir for å få lavere kostnader enn blant dem som har fiber.



Figur 87 Hva er de viktigste årsakene til at du/dere har byttet leverandør av fast bredbånd?. 2013.

Alternativene for årsaker til hvorfor man ikke har byttet leverandør av fast bredbånd er noe endret fra 2011 til 2013. Alternativene «Har ikke tid til å undersøke andre tilbud» og «Jeg vet ikke hvordan man bytter» er kommet til i 2013. Dette gjør at tolkningen av endringene bør gjøres med varsomhet.

Tilfredshet med eksisterende leverandør er fortsatt samlet sett viktigste årsak. En stor andel har også krysset av for «Tror det er lite å spare». I 2013 er det en større andel som viser til at de har samme leverandør/pakkeløsning for flere typer tjenester som årsak til at man ikke bytter leverandør.



Figur 88 Hva er de viktigste årsakene til at du/dere ikke har byttet leverandør av fast bredbånd?<sup>76</sup> Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

<sup>76</sup> Antall ubesvart for 2013 er 34.

## 6.5 Mobilt bredbånd

Mobilt bredbånd er en forholdsvis ny tjeneste sammenlignet med fasttelefoni, fast bredbånd og mobiltelefoni og er en tjeneste der antall brukere vokser sterkere enn for eksempel ordinær mobiltelefoni og fast bredbånd.

Spørsmålene knyttet til hvordan man bruker mobilt bredbånd er ulike i undersøkelsen som ble gjort i 2011 og undersøkelsen i 2013. Innledningsspørsmålene knyttet til mobilt bredbånd var som følger:

### I 2011:

*Har du mobilt bredbånd?*

Ja

Nei

Vet ikke

### I 2013:

*Benytter du deg av mobilt bredbånd?*

Ja, med bærbar PC....

Ja, med nettbrett....

Ja, med smarttelefon...

Ja, med annen mobiltelefon

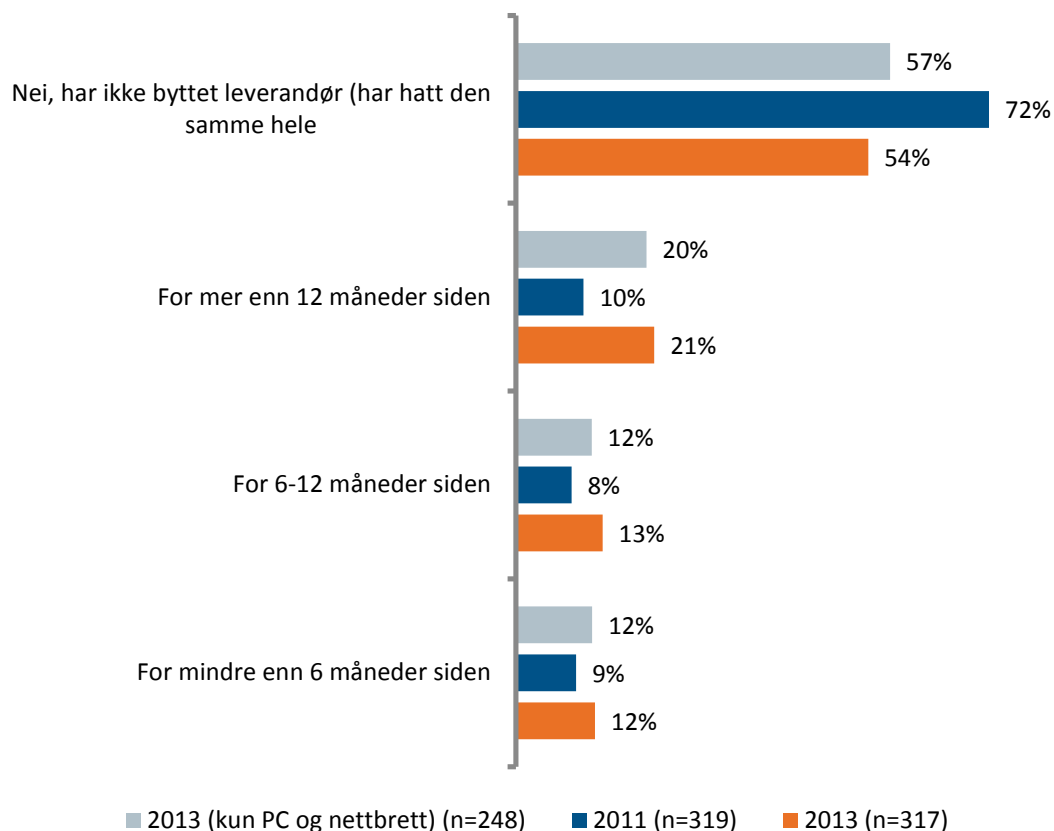
Nei

Vet ikke

Spørsmålsstillingene er til dels meget forskjellig og gjør sammenlikning noe problematisk. Vi antar at man i 2011 i større grad oppfattet mobilt bredbånd til å være abonnement tilsvarende de to første alternativene i 2013. Derfor skiller vi i Figur 92 ut disse to i en egen søyle.

I analysene som følger er det kun de som har svart at de benytter mobilt bredbånd via PC og/eller nettbrett, vi ser på svarene til. På denne måten mener vi det er lettere å sammenligne med 2011-tall, samtidig som det er en mer rendyrket avgrensning til delkapittelet om mobiltelefoni.

I tilsvarende undersøkelse i 2011 var det 27 prosent som svarte at de på et eller annet tidspunkt hadde byttet leverandør av mobilt bredbånd. Tilsvarende tall for 2013 er 46 prosent. I 2011 var det en større andel som nylig hadde skaffet seg abonnement og dermed ikke «rukket» å bytte leverandør. Nå er det flere som har hatt mobilt bredbånd flere år, samtidig som det er flere tilbydere av mobilt bredbånd.

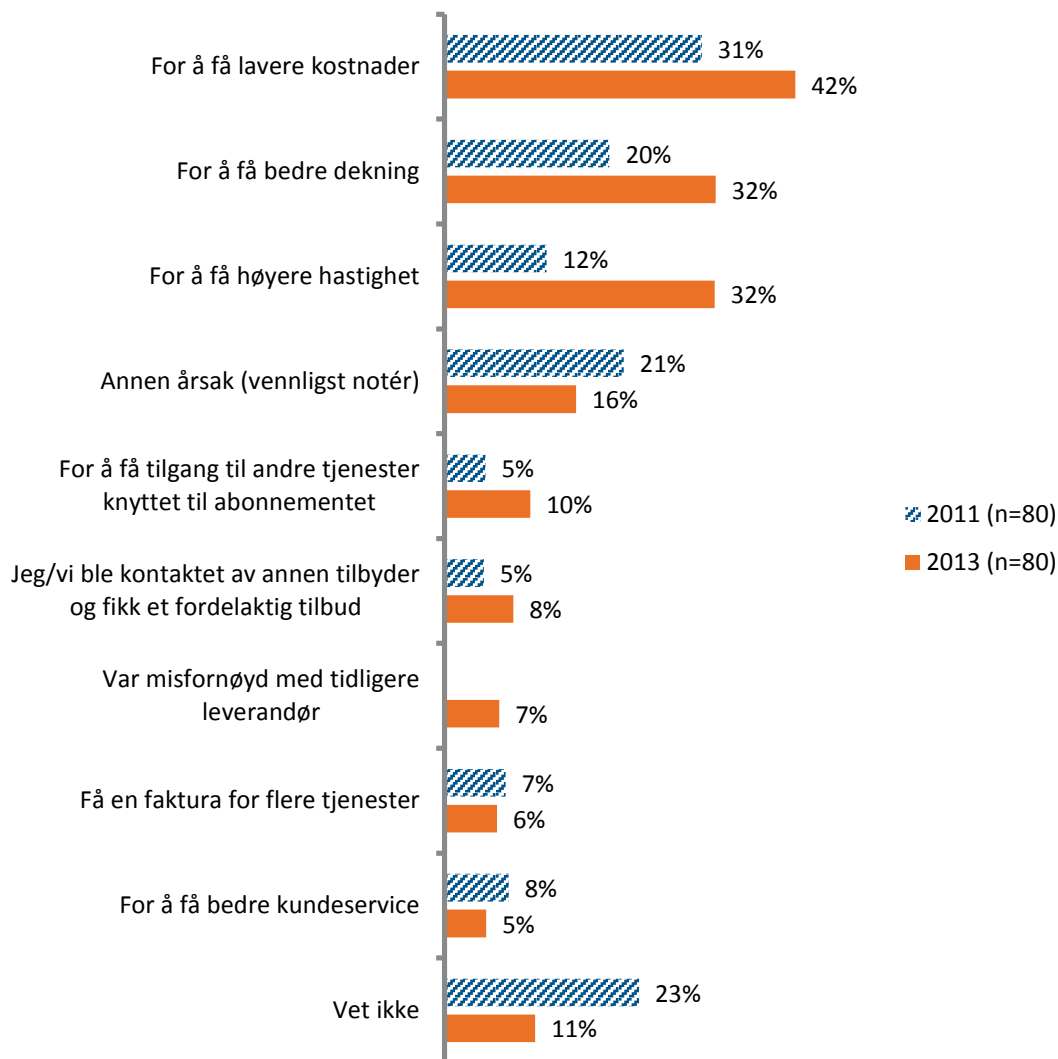


Figur 89 Når byttet du sist leverandør av mobilt bredbånd?<sup>77</sup>. 2011 og 2013.

Når det gjelder mobiltelefoni, ser vi av tabell 2 at eksempelvis de som surfer på Internett, bruker sosiale medier og ser på TV på mobilen i større grad har byttet leverandør. Det er tendenser til et tilsvarende bilde når det gjelder mobilt bredbånd, men dette er ikke så markert. For eksempel er det 47 prosent av dem som bruker sosiale medier via mobilt bredbånd som har byttet leverandør av mobilt bredbånd, mens 35 prosent av dem som ikke bruker mobilt bredbånd, har byttet leverandør.

<sup>77</sup> Antall ubesvart eller «vet ikke» er 40 for 2013, 34 for 2011 og 22 for 2013 (kun PC og nettbrett) 22.

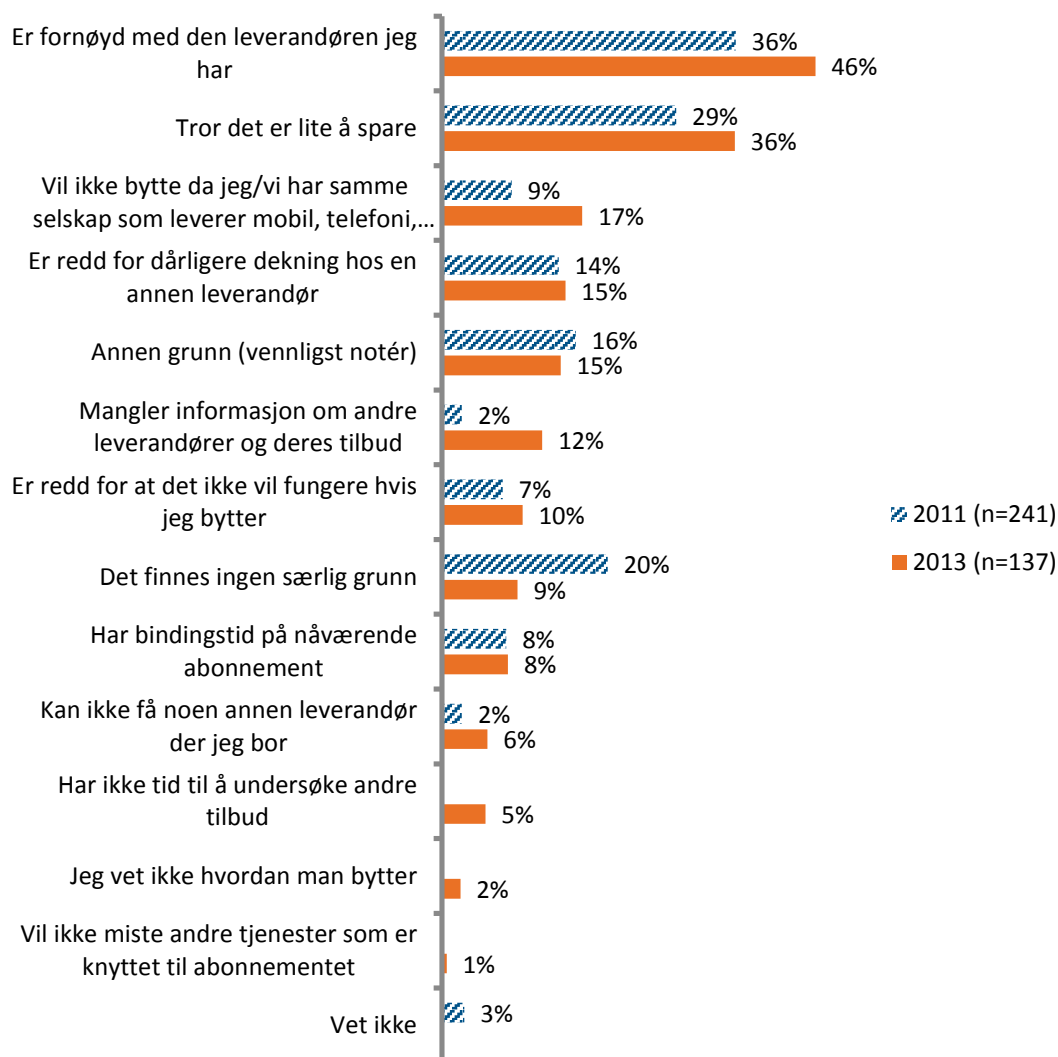
Figur 90 viser årsaker til bytte av leverandør av mobilt bredbånd. Det er relativt få respondenter som ligger til grunn for svarfordelingene. I tillegg er det noen endringer i svaralternativene fra 2011 til 2013. Begge disse forholdene taler for at tolkninger av endringer i svarene må gjøres med varsomhet. Svaralternativet «Var misfornøyd med tidligere leverandør» er kommet til i 2013. Sammenligning mellom 2011 og 2013 kan tyde på at brukerne har blitt noe mer bevisste. Andelen som har oppgitt «vet ikke» er redusert fra 23 prosent i 2011 til 11 prosent i 2013. En betydelig høyere andel har oppgitt «For å få lavere kostnader», «For å få bedre dekning» og «For å få høyere hastighet» i 2013 enn i 2011.



Figur 90 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du har byttet leverandør?<sup>78</sup>. Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

<sup>78</sup> Antall ubesvart i 2013 er 91.

Figur 91 nedenfor viser årsaker til hvorfor kundene ikke har byttet leverandør av mobilt bredbånd. Det er enkelte endringer i svaralternativene fra 2011 til 2013 som gjør at tolkningen av endring i prosentandelene må gjøres med varsomhet. Svaralternativene «Har ikke tid til å undersøke andre tilbud», «Jeg vet ikke hvordan man bytter» og «Vil ikke miste tjenester som er knyttet til abonnementet» har kommet til i 2013. Sammenligning mellom 2011 og 2013 kan tyde på at brukerne er blitt mer bevisste. I 2011 var «Det finnes ingen særlig grunn» relativt mye mer viktig enn i 2013, mens alternativer som «Er fornøyd med den leverandøren jeg har» og «Tror det er lite å spare» er valgt som årsak av flere i 2013 enn i 2011.



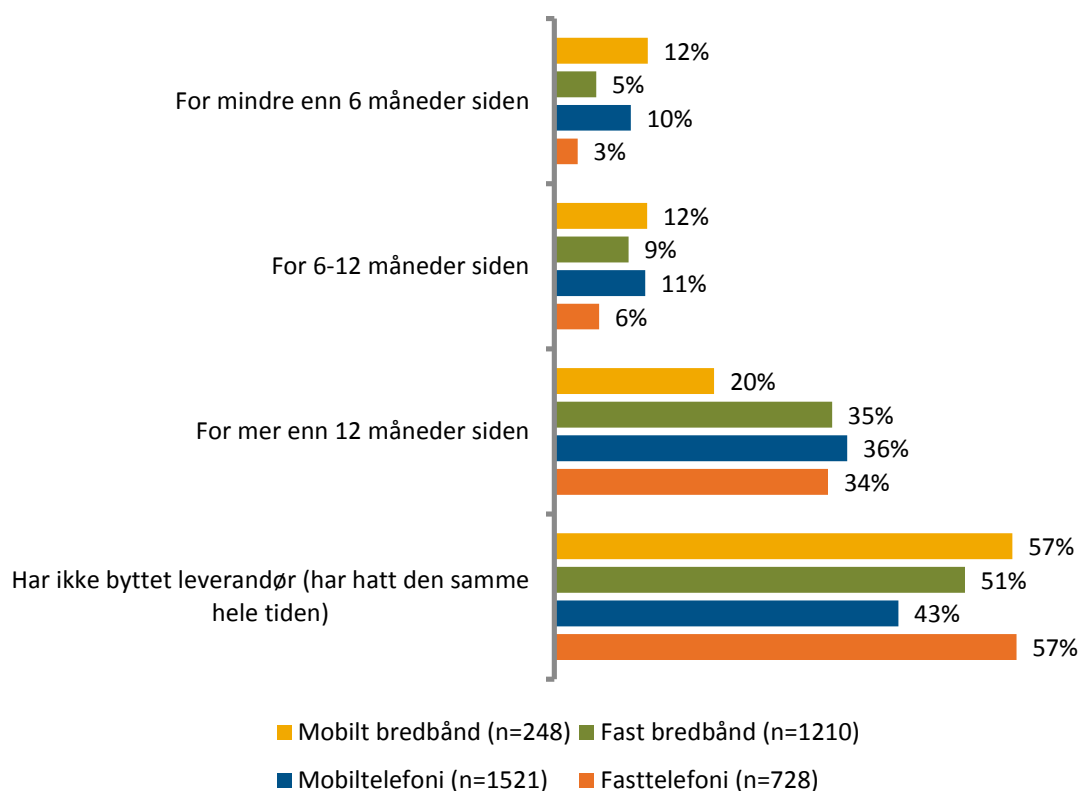
Figur 91 Hva er den eller de viktigste årsakene til at du ikke har byttet leverandør?<sup>79</sup>. Mulighet for flere valg. 2011 og 2013.

<sup>79</sup> Antall ubesvart i 2013 er 5.

## 6.6 Sammenligning mellom de ulike tjenestene

Figur 92 viser at det er størst andel av de som har mobilt bredbånd som oppgir at de har byttet leverandør siste året. Det er relativt færre av dem som har mobilt bredbånd som har byttet for mer enn ett år siden.

De to mobiltjenestene har en betydelig større andel som har byttet siste år, enn fasttelefoni og fast bredbånd.

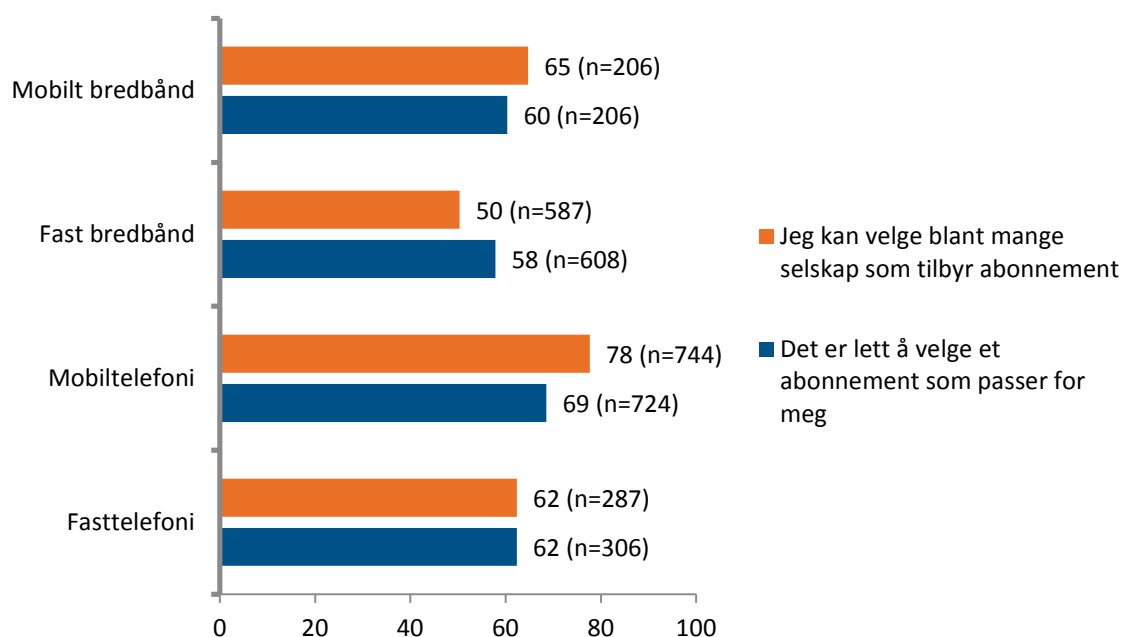


Figur 92 Når byttet du sist leverandør av...?. 2013.

Blant de respondentene som har byttet fasttelefoni siste år, er det også en stor andel som også har byttet mobiltelefoni (44 %), fast bredbånd (53 %) og mobilt bredbånd (47 %). Blant dem som har byttet leverandør av mobiltelefoni siste år, er det en noe lavere andel som også har byttet fast bredbånd siste år (19 %) enn som ikke har byttet fast bredbånd (39 %). Blant dem som har byttet mobiltelefoni siste år, er det også en relativt stor andel som har byttet mobilt bredbånd siste år (53 %). Blant dem som har byttet fast bredbånd siste år, er det også en relativt stor andel har byttet mobilt bredbånd siste år (41 %).



Figur 93 viser forholdet mellom de ulike tjenestene for holdning til påstandene «Jeg kan velge blant mange selskap som tilbyr...» og «Det er lett å velge et abonnement som passer for meg». Holdningene til disse påstandene sier noe om hvordan respondentene oppfatter at forholdene ligger til rette for å velge og å bytte leverandør av de ulike tjenestene. Det er betydelig forskjell mellom mobiltelefoni og fast bredbånd når det gjelder holdning til påstanden «Jeg kan velge blant mange selskap som tilbyr abonnement». Folk opplever at det både er flere tilbydere og lettere å velge abonnement for mobiltelefoni enn for fast bredbånd. Forskjellene er imidlertid mindre i 2013 enn i 2011.



Figur 93 "Jeg kan velge blant mange selskap som tilbyr.." og "Det er lett å velge et abonnement som passer for meg".2013.

I det følgende skal vi se på spørsmål knyttet til hvordan respondentene ble oppmerksom på leverandøren de valgte å bytte til.

Forbrukernes informasjonskilder kan deles inn i fire grupper<sup>80</sup>:

- *Personlige kilder*: familie, venner, naboer, bekjente
- *Kommersielle kilder*: reklame, ekspeditører, pakning, utstilling
- *Offentlige kilder*: massemedia
- *Erfaring*: kjenne på, undersøke, bruke produktet

Hvilke informasjonskilder som er viktigst og hvor mye informasjon som hentes inn, vil variere. Oftest er det de kommersielle kildene som dominerer. Samtidig sier teorien at det er de personlige kildene som har størst innflytelse på kjøpsbeslutningen. De ulike svaralternativene i

<sup>80</sup> Philip Kotler, Markedsføringsledelse, kapittel 6

Tabell 3 kan representere ulike stadier i informasjonsinnhenting til forbrukeren. De har mulighet for å velge flere svaralternativ. For eksempel vil artikler i massemedia kunne føre til kjennskap til en rekke selskaper, mens venner og bekjente konfereres nære selve beslutningen om valgt leverandør.

Det gjelder for alle tjenestene at en relativt stor andel svarer at de kjente til leverandøren fra før. «Via venner og bekjente» er viktigere for mobiltelefoni sammenlignet med de andre tjenestene. De som har oppgitt dette som årsak, er også mer opptatt av «At det anbefales av venner og kjente» som et viktig moment når de skal velge leverandør av mobilabonnement. Tabell 3 viser at de kommersielle kildene "Ved at leverandør tok kontakt", "Gjennom reklame" er viktige kilder for alle tjenestene, mens «Via selger, for eksempel på et kjøpesenter» er noe mindre viktig. "Ved at leverandøren tok kontakt" er spesielt vanlig kilde for fasttelefoni og fast bredbånd. «Gjennom reklame» har en større andel av hos de mobile tjenestene og speiler muligens et større trykk når det gjelder reklame på f. eks. TV.

«Via arbeidsgiver» oppgis av en større andel for mobiltelefoni og mobilt bredbånd enn for de to andre tjenestene.

De mest vanlige årsakene for fast bredbånd oppgitt under «På annen måte» er flytting eller bytte av leverandør hos borettslag e.l.

	Fasttelefoni	Mobiltelefoni	Fast bredbånd	Mobilt bredbånd
Ved at leverandøren tok kontakt	33 %	10 %	28 %	5 %
Kjente til leverandøren fra før	30 %	34 %	37 %	41 %
Gjennom reklame	12 %	22 %	10 %	18 %
Via selger, for eksempel på et kjøpesenter	4 %	7 %	3 %	9 %
Via telepriser.no	3 %	6 %	3 %	5 %
Via artikler, reportasjer eller andre oppslag i media	5 %	6 %	5 %	5 %
Via venner eller bekjente	12 %	23 %	8 %	14 %
En annen tilbyder jeg er kunde hos tilbyr også denne tjenesten	2 %	1 %	2 %	1 %
Via arbeidsgiver	2 %	16 %	3 %	19 %
På annen måte	14 %	9 %	22 %	4 %
Vet ikke	5 %	3 %	5 %	6 %

Tabell 3 Hvordan ble du oppmerksom på leverandøren du valgte å bytte til? Mulighet for flere valg. 2013.

## Vedlegg 1 – om feilmarginer

Utvalgsundersøkelser er beheftet med usikkerhet. Dette skyldes at det ikke er mulig å intervju hele populasjonen. Derfor er det svært viktig at resultatene fra utvalgsundersøkelser tolkes med varsomhet og med hensyn til hvilke feilmarginer som gjelder for det datagrunnlaget resultatene bygger på. Tabellen med feilmarginer under angir intervaller for prosentresultater som med 95 prosents sannsynlighet inneholder det sanne resultatet. For eksempel vil den sanne verdien for et svar på 50 % med 500 intervju ligge mellom 45,5 og 54,5 prosent. Feilmarginen er her +/- 4,5 prosentpoeng. Dette finner vi ved å ta utgangspunkt i 500 under "antall intervju" og i et utvalgsresultat på 50 %. Dersom utgangspunktet er 100 observasjoner vil den sanne verdien ligge mellom 40 og 60 prosent (+/- 10,0 prosentpoeng). Matrisen viser at feilmarginene øker jo mindre utvalget er (antall intervju), og jo nærmere utvalgsfordelingen er 50 prosent.

Antall intervju	Prosentresultat			
	50 %	25 %/ 75 %	10%/ 90 %	5%/ 95 %
25	20,4 %	17,7 %	12,2 %	8,9 %
50	14,3 %	12,4 %	8,6 %	6,2 %
100	10,1 %	8,7 %	6,0 %	4,4 %
200	7,1 %	6,1 %	4,3 %	3,1 %
300	5,8 %	5,0 %	3,5 %	2,5 %
400	5,0 %	4,3 %	3,0 %	2,2 %
500	4,5 %	3,9 %	2,7 %	2,0 %
600	4,1 %	3,5 %	2,5 %	1,8 %
700	3,8 %	3,3 %	2,3 %	1,6 %
800	3,5 %	3,1 %	2,1 %	1,5 %
900	3,3 %	2,9 %	2,0 %	1,5 %
1000	3,2 %	2,7 %	1,9 %	1,4 %
1500	2,6 %	2,2 %	1,5 %	1,1 %
2000	2,2 %	1,9 %	1,3 %	1,0 %

Tabell 4 Feilmarginer for prosenterte resultater i uendelighetsunivers (populasjonen er minst 10 ganger større enn utvalget). Signifikansnivå 95 prosent.

"Tommelfingerregelen" for vurdering av forskjeller mellom to målgrupper er at feilmarginene for de prosentresultatene som sammenliknes ikke skal overlape. Dersom feilmarginene ikke overlapper hverandre kan man si at forskjellen mellom gruppene er signifikant.