

Vi blir mindre stresset av å være på nett

Nordmenn mener at det er mer stressende å være uten nettforbindelse enn med. I følge NextGenTels trendrapport for 2010 svarer hele 85 prosent at det er mer stressende å være uten nettforbindelse.

- Tallene understreker hvilken viktig rolle ny kommunikasjonsteknologi har fått i livene våre, både privat og i jobbsammenheng. Ikke bare benytter vi oss av dette i det daglige, men det oppleves også som en stressfaktor å ikke være på nett, sier Morten Ågnes, direktør for marked og informasjon i NextGenTel.

Myten om at den moderne teknologien er en tidstyv i hverdagen, deles heller ikke av det norske folk i følge undersøkelsen. Åtte av ti sier at moderne kommunikasjon gir dem, heller enn tar fra dem, kontroll over tilværelsen. Nesten samtlige anser dessuten at moderne kommunikasjonsteknologi gjør livene deres enklere, ikke vanskeligere.

- Vår identitet og vårt liv blir i stadig større grad definert av hvor til-, fra- og sammenkoblet vi er. At vi i prinsippet lever med uavbrutt tilgang til omverdenen via moderne kommunikasjonsteknologi, fører til at det vi foretar oss på nettet blir en viktigere del av identitetsbyggingen. Å tilbringe tid ved datamaskinen er ikke lenger noe vi tenker på som noe ensomt, men noe som i større grad gjør oss til sosiale vesener, mener Ågnes.

Nordmenn minst stresset

Trendundersøkelsen er også gjennomført i Sverige, Danmark og Finland, og den viser at nordmenn opplever størst behov for å være tilkoblet. I Danmark svarer 83 prosent at de blir stresset av ikke å ha nettilgang, og henholdsvis 75 og 53 prosent i Sverige og Finland.

- Det kan se ut som om nordmenn i større grad enn befolkningen i våre naboland ønsker å være på nett. Dette har trolig med å gjøre at Norge alltid har ligget høyt på målinger i nettbruk internasjonalt, og vi er raske til å ta i bruk ny kommunikasjonsteknologi. Det bidrar til at vi har et mer modent brukermønster enn for eksempel Finland, sier Ågnes.

Nordmenns lunte rekordkort – måles i sekunder

Resultatet av behovet for å være tilkoblet gjør at 2010 blir et bunnår for nordmenns tålmodighet – og det kommer til å bli verre. Den omfattende bruken av sosiale medier og den konstante tilkoblingen gjør at vi har vent oss til å få informasjon direkte. I følge Morten Ågnes bidrar dette for eksempel til at bedrifter må tenke nytt i sin kommunikasjon mot kundene.

- I følge undersøkelsen varer tålmodigheten med å finne det man er ute etter på et bedriftsnettsted i ca. ett minutt. Hvis vi ikke raskt finner det vi er ute etter, velger vi et annet nettsted. Et resultat av at vi i større grad er tilkoblet til enhver tid, er at vi som forbrukere forventer raske svar og tilbakemeldinger. Dette er noe norske bedrifter må forholde seg til i større grad enn før.

Kontakt:

Morten Ågnes, direktør for marked og informasjon, NextGenTel

tlf. 90 84 04 77

E-post: maa@nextgentel.com, Twitter: @Morten_Aagnes

Blogg: "Morten Ågnes ser på det neste" – www.nextgentel.no/detneste/

NextGenTel er et heleid datterselskap av TeliaSonera AB, Nordens og Baltikums ledende telekommunikasjonsselskap. NextGenTel er den viktigste utfordreren innen bredbånd i Norge. NextGenTel tilbyr bredbåndprodukter og -tjenester til både bedrifter og private, uavhengig av aksjesteknologi. Med NextGenTel kan du surfe på Internett, spille online, snakke i bredbåndstelefon og se digitalTV, alt på ett og samme bredbånd.

Om NextGenTels trendrapport:

NextGenTels trendrapport 2010 sier noe om forholdet norske privatpersoner og bedrifter har til ny kommunikasjonsteknologi. Moderne kommunikasjonsteknologi blir en stadig viktigere del av hverdagen, enten det er i jobbsammenheng eller privat. Dette fører til nye måter å kommunisere på, og endrer på mange måter hvordan vi forholder oss til hverandre. Et økt behov og ønske om tilgjengelighet, forventinger om raskere tilbakemeldinger, og mindre ensomhet i hverdagen, er noen av temaene trendrapporten beskriver.

Undersøkelsen er gjennomført av trend- og analyseselskapet United Minds, og er i tillegg til Norge gjennomført i landene Sverige, Finland, Danmark, Kasakhstan og Litauen.

Trendrapporten er delt opp i en privat del og en bedriftsdel. I den norske delen av undersøkelsen er 1294 personer i et representativt utvalg av befolkningen spurt om sitt forhold til ny kommunikasjonsteknologi. Beslutningstakere i 500 norske bedrifter inngår i datamaterialet for bedriftsdelen av undersøkelsen. Resultatene er representative både når det gjelder geografi og bedriftsstørrelse.

Resultatene fra trendrapporten er tilgjengelige her: <http://www.nextgentel.no/trend>

NextGenTel er et heleid datterselskap av TeliaSonera AB, Nordens og Baltikums ledende telekommunikasjonsselskap. NextGenTel er den viktigste utfordreren innen bredbånd i Norge. NextGenTel tilbyr bredbåndprodukter og -tjenester til både bedrifter og private, uavhengig av aksesteknologi. Med NextGenTel kan du surfe på Internett, spille online, snakke i bredbåndstelefon og se digitalTV, alt på ett og samme bredbånd.