

Dette irriterer nordmenn

Få ting er mer irriterende enn gammeldags teknologi. Behovet for kabler er skikkelig irriterende, mener nordmenn. Steder uten konstant tilgang til internett og manglende mobildekning er andre irritasjonsmomenter i hverdagen.

I NextGenTels trendrapport for 2010 kommer det fram hva som irriterer oss mest med dagens kommunikasjonssamfunn, og hva vi kan være foruten i fremtiden. Kabler er noe som svært mange lar seg irritere over, og dette tar førsteplass på listen. Steder uten mobildekning og det å være uten konstant internetttilgang, er også noe som scorer høyt på listen over det nordmenn absolutt vil bli kvitt.

I undersøkelsen fikk 1294 nordmenn dette spørsmålet: *Hvilke av følgende håper du har forsvunnet innen 2015?*

Behovet for tekniske bruksanvisninger	29,1 %
Faste TV-programmer	8,4 %
Datamaskin og mobiltelefon som separate produkter	8,9 %
Steder uten konstant Internett-tilgang	33,8 %
Steder uten mobildekning	58,9 %
Tastaturer	4,0 %
Datalagring på fysiske harddisker hjemme	7,7 %
Behovet for kabler	64,4 %

Undersøkelsen er også gjennomført i de andre skandinaviske landene. Og våre naboer irriterer seg stort sett over de samme tingene som oss, med et vesentlig unntak. Hele 18 prosent av svenskene sier at de håper faste tv-programmer forsvinner innen 2015. Dette er en markant større andel enn i Danmark (10,1%), Norge (8,4%) og Finland (3,6%).

Direktør for marked og informasjon i NextGenTel, Morten Ågnes, forklarer den store forskjellen slik:

- Utberedelsen av såkalt TV-on-demand, det vil si TV-titting der du selv kan bestemme hvilket TV-program du kan se på – på hvilket tidspunkt, har kommet lenger i Sverige enn hos oss. Når forbrukerne først har fått smaken på denne teknologien, kan vi nærmest ikke leve uten, sier han.

Flere skreddersyr medieforbruk

Morten Ågnes tror også denne utviklingen vil forsterke seg i Norge. Undersøkelsen viser også at hver tredje nordmann oppgir at han eller hun sjelden eller aldri ser på TV-programmer til vanlig sendetid, sammenlignet med hver fjerde i året før.

- Denne bruksendringen tror jeg vil passe godt sammen med plattformer for TV-on-demand, og vi har jobbet lenge i NextGenTel med å tilpasse oss nye medievaner. Folk ønsker å skreddersy sitt medieforbruk i større grad, og denne typen teknologi representerer en videreutvikling av TV-plattformen. TV-on-demand bidrar til at vi står friere til å se programmer når vi måtte ønske oss, forklarer Ågnes.

Kontakt:

Morten Ågnes, direktør for marked og informasjon, NextGenTel tlf. 908 40 477

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 aksessteknologi. 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>