

Pressmaterial
April 2018

Boxer Fiber- och TV-rapport 2018.

En kartläggning av svenskarnas
bredbands- och TV-vanor.

BOXER

Innehåll.

Kapitel 1. Fiber – Användandet	4
Så här använder svenskarna sitt bredband.....	5
Kapitel 2. Fiber – Utmaningar	6
Svenskarnas största utmaningar med bredbandet.....	7
Kapitel 3. Prylar svenskarna kopplar upp	8
Många skärmar per hushåll.	9
Kapitel 4. Svenskarnas TV-tittande	12
Serier är bäst – på TV.....	13
Hur vill svenskarna se på TV?	15
Kapitel 5. Framtidens TV	18
Vilka tekniska funktioner vill svenskarna ha?	19
Kapitel 6. Rörlig bild online	20
Mer rörlig bild på nätet än tidigare.	21

Om Boxer

Boxer TV-Access AB levererar bredband, TV och telefoni till svenska folket. Vi strävar efter att erbjuda de tjänster som bäst fyller våra kunders behov på ett enkelt och flexibelt sätt. Boxers utbud till marknaden är både bredband via fiber i öppna nät och digitala TV-sändningar via marknätet. Vi erbjuder dessutom play och on-demand-tjänster till våra cirka 450 000 kunder. Boxer ingår i Com Hem-koncernen vars aktie är noterad på Nasdaq Stockholm.

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes 7–29 december 2017 i Kantar Sifos riksrepresentativa webpanel i termer av kön, ålder och region. Totalt genomfördes 4 200 intervjuer med en jämn spridning över länen. För att motverka skevheter i representativiteten så vägdes resultaten i efterhand på kön och ålder.

För mer information, vänligen kontakta:

Fredrik Hallstan, presschef, Boxer

Tel: 0709-48 52 72

E-mail: press@boxer.se

Fiber och TV hör ihop!

Boxer har under flera år släppt en rapport som tagit tempen på vad vi svenskar tycker om och inte tycker om när det gäller vårt TV-tittande. Sedan dess har Boxer även etablerat sig som en leverantör av bredband via fiber och nu kan över 1 miljon svenska hushåll få både TV och bredband från oss. Vi tyckte därför att det var en bra idé att i den här rapporten titta närmare på såväl svenskarnas TV- som internetvanor.

Den här gången ville vi göra jobbet ordentligt. Vi har gjort studien tillsammans med Kantar Sifo och frågat över 4 000 svenskar från norr till söder, för att vara säkra på att vi även kan få statistiskt säkerställda resultat på lokal nivå. Till exempel så vet vi nu att man i Västmanland spenderar flest timmar online och att det är dubbelt så vanligt i Dalarna än i övriga landet att man har en egen Youtube-kanal.

Som väntat så ser vi tydligt att bredband och TV hänger ihop mer och mer. För många svenskar räcker tablå-TV inte till längre. Man vill också ha streamat innehåll och on demand-tjänster via sitt WiFi och då behövs en stabil bredbandsuppkoppling med tillräckligt hög hastighet. Samtidigt är det intressant att se att svenskarna tror att TV-apparaten är den skärm man kommer att titta mest på om fem år.

Vi på Boxer tror att det behövs en stor portion ödmjukhet inför det vi befinner oss mitt uppe i. Vad tittarna vill se på, och hur de vill göra det, varierar från person till person men vad som är gemensamt för alla är att deras förväntan på oss som leverantör har blivit högre. Alla vill kunna se det de är intresserade av, var de än befinner sig, när de vill och hur de vill. Och det gäller såväl för vanlig TV som för playtjänster. Det är helt enkelt inte antingen eller längre, utan både och.

Därför är det extra roligt att vi under våren lanserar vår Boxer Tv Hub som samlar on-demand-tjänster, tablåsänd TV, playkanaler och appar på en plats. Att rapporten dessutom visar att röststyrning är den funktion som ökar mest av de funktioner som svensken vill ha i framtiden, gör också att jag tror att vår röststyrda Tv Hub ligger helt rätt i tiden.

Säkert kommer du som läsare att hitta många saker som du tycker är intressanta i vår rapport. Tveka inte att kontakta oss om du har frågor eller vill ha mer statistik. Det vi visar i rapporten är bara ett urval av alla våra insikter.

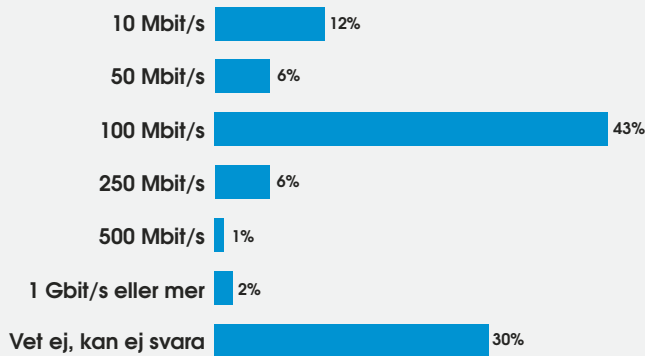
Trevlig läsning



Jonas Lönnquist,
VD Boxer

Kapitel 1. Fiber – Användandet.

Hastigheten på svenskarnas internetuppkoppling



Fråga: Vilken hastighet för nedladdning har du på ditt bredband idag?

Regioner som är mest aktiva på nätet

Län	Antal timmar online
Västmanland	35
Uppsala	34
Värmland	33
Gävleborg	33
Örebro	32
Västernorrland	32
Stockholm	32
Södermanland	32
Götaland	31
Dalarna	31

Fråga: Om du tänker på ditt totala internet-användande i hemmet den senaste veckan. Hur många timmar skulle du uppskatta att du lagt på respektive sak nedan?

Svenskarnas användning av bredband, antal timmar i veckan i genomsnitt

Streaming av film/serier	6
Arbete/studier	6
Ta del av flöden i sociala medier	5
Kommunicera med vänner/familj	3
Nyhetsläsande	2
Kolla på Youtubeklipp	2
Leta ny musik/skapa spellistor	1
Beställa varor och tjänster	1
Onlinespel	1
Sparande/räkningar	1
Streaming av sport	1

Fråga: Om du tänker på ditt totala internet-användande i hemmet den senaste veckan. Hur många timmar skulle du uppskatta att du lagt på respektive sak nedan?

Kapitel 1. Fiber – Användandet.

Så här använder svenskarna sitt bredband.

Sverige är ett ledande bredbandsland med i snitt 29 timmars användande per person i veckan. Totalt sett är majoriteten av svenskarna nöjda med sitt bredband. Hushållen med hastigheter över 100 Mbit/s är betydligt nöjdare än hushållen som har lägre hastigheter.

Typiskt sett har ett svenskt hushåll en hastighet på 100 Mbit/s. Fler än 1 av 10 har en så låg hastighet som 10 Mbit/s. Nästan en tredjedel (30%) vet inte vilken hastighet de har i dagsläget. Bland de som är mest nöjda med internetuppkopplingen i hemmet är det betydligt vanligare att man har hastigheter på över 100 Mbit/s (12%) än att man har en lägre hastighet på 10 Mbit/s (7%). Samtidigt har nästan 1 av 3 (30%) av de som är missnöjda med internetuppkopplingen en hastighet på 10 mbit/s.

Skillnader mellan åldrar och regioner

I snitt använder svenskarna sitt bredband i hemmet i genomsnitt 29 timmar i veckan. Allra flitigast är unga killar som i snitt är uppkopplade 43 timmar i veckan, strax före yngre kvinnor som är uppkopplade 42 timmar i veckan. Orsaken till detta är framför allt onlinespelandet på i snitt 5 timmar i veckan som gör att de yngre männen ligger något högre. Å andra sidan lägger yngre kvinnor under 29 år 8 timmar i veckan på sociala medier, medan de yngre männen bara lägger 5 timmar på detta.

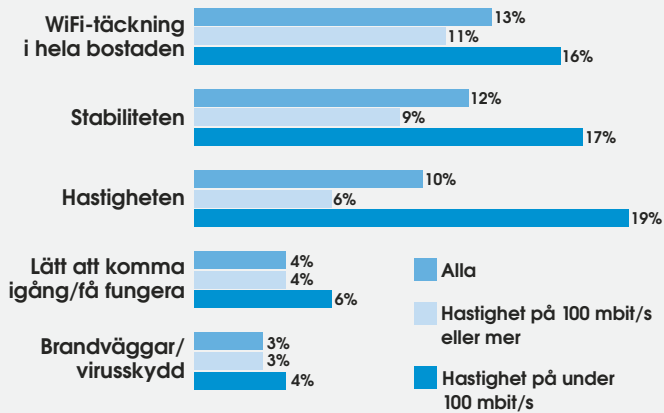
I gruppen 58–65 år är användandet i snitt 19 timmar i veckan. I Västmanland använder de sitt bredband 35 timmar i veckan, vilket är mest i landet och i Blekinge är användandet minst (25 timmar).

De mellan 18–29 år lägger allra mest tid på att streama film och serier, i snitt tio timmar i veckan. Svenskar i fyrtio- till femtioårsåldern streamar inte lika mycket, cirka fem timmar i veckan och 58–65-åringar endast två timmar i veckan i snitt.

Däremot så finns det ingen skillnad mellan könen i hur mycket tid de är online. Både kvinnor och män är online 29 timmar i veckan. Kvinnorna lägger mer av sin totala tid online på sociala medier och på att kommunicera via Messenger eller liknande. Männen lägger mer tid på onlinespel, livestreaming av sport och att kolla på Youtube-klipp.

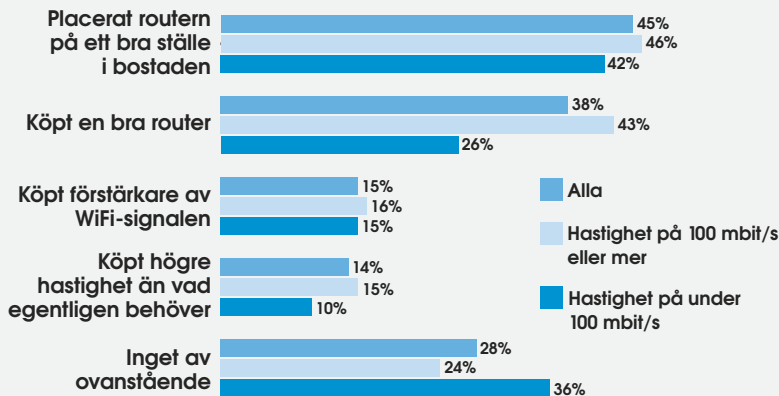
Kapitel 2. Fiber – Utmaningar.

Vanligaste problemen med uppkopplingen i hemmet



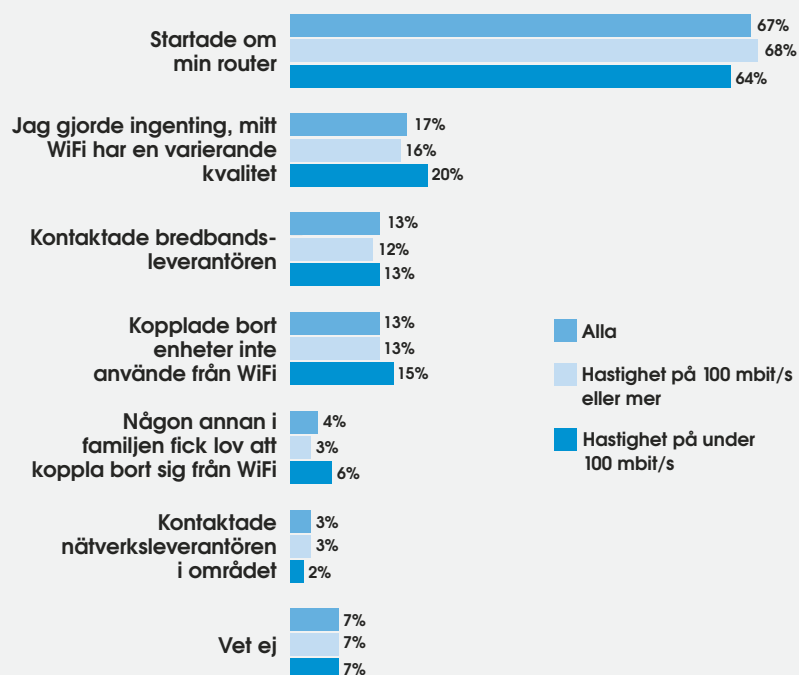
Fråga: Hur bra tycker du din bredbands-uppkoppling fungerar gällande följande områden?

Åtgärder man tagit för att förbättra uppkopplingen



Fråga: Vad av följande har du gjort för att få en bra internetuppkoppling hemma?

Åtgärder man tagit när man har haft problem med uppkopplingen



Fråga: Tänk på den senaste gången din trådlösa internetuppkoppling blev långsam eller ostabil. Vilka av följande åtgärder tog du då?

Kapitel 2. Fiber – Utmaningar.

Svenskarnas största utmaningar med bredbandet.

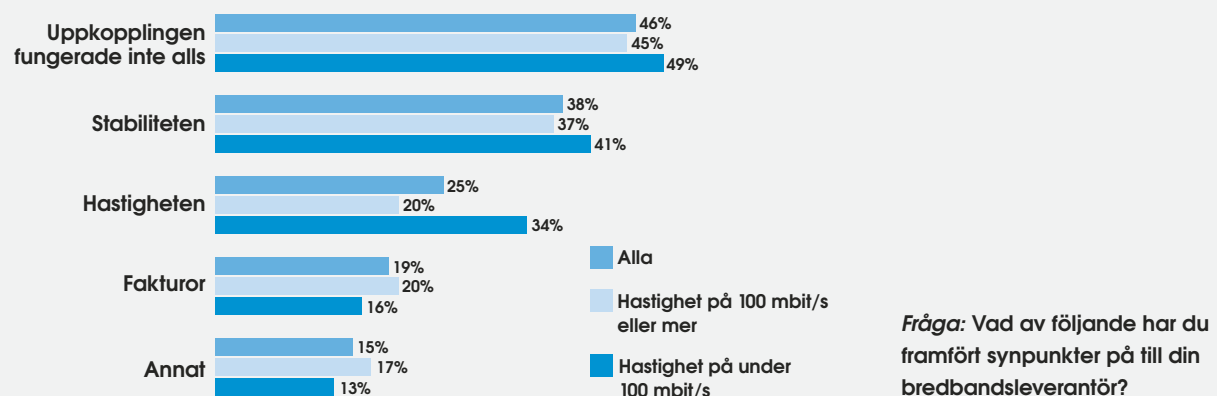
Trots att de flesta är nöjda med sitt bredband finns det områden där svenskarna upplever problem. Inte så konstigt då den uppkopplade vardagen är en så stor del av livet. Dåligt WiFi är ett exempel. Här ser man också skillnad mellan de som har snabbt bredband via exempelvis fiber och de som har långsammare uppkoppling.

13% av alla uppkopplade hushåll tycker att det största problemet med internetuppkopplingen är att få WiFi-täckning i hela bostaden. 12% tycker att stabiliteten med uppkopplingen är ett problem. Bland fiberhushållen så är stabiliteten ett större problem än hastigheten. Bland de hushåll som inte har fiber så är det framförallt hastigheten som upplevs som ett problem (19%).

Vad klagar man på hos sin bredbandsleverantör?

Ibland fungerar inte bredbandet som man kan förvänta sig. Naturligtvis klagar de flesta när uppkopplingen inte alls fungerar (46%). Förutom det så är det vanligaste klagomålet att uppkopplingen är instabil (38%), följt av att hastigheten inte är den man hoppats på (25%). Det är framför allt hushåll utan fiber som framfört synpunkter på hastigheten.

Klagomål man har framfört till sin internetleverantör

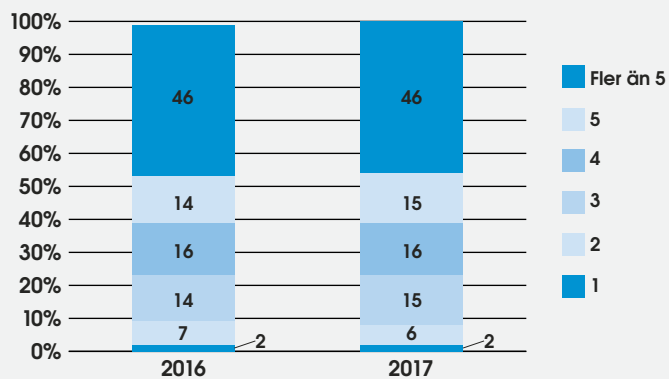


Vad gör svenskarna när bredbandet inte fungerar?

Den absolut vanligaste åtgärden svenskarna gör om uppkopplingen blir ostabil är att de startar om sin router, vilket 67% av alla gör. Nästan en femtedel gör dock ingenting när uppkopplingen blir ostabil eftersom de har lärt sig att leva med en varierande kvalitet.

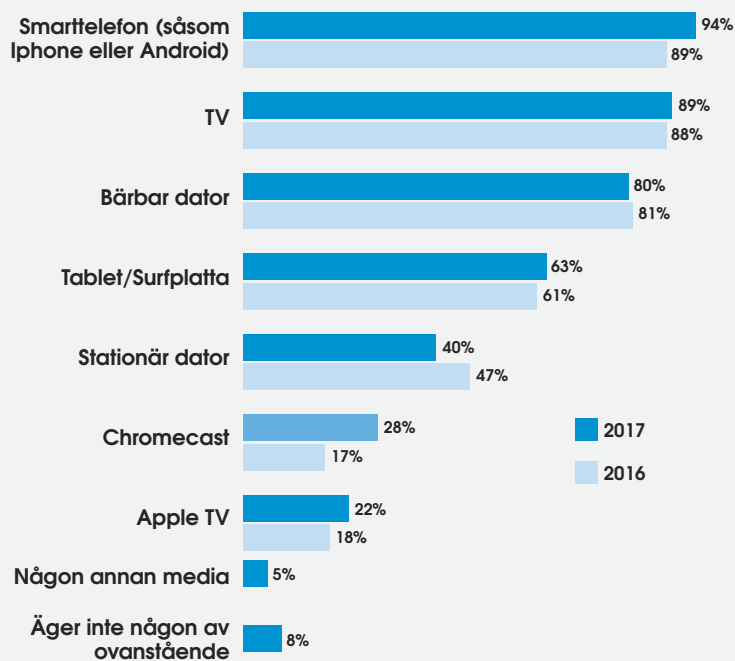
Kapitel 3. Prylar svenskarna kopplar upp.

Antal skärmar per hushåll



Fråga: Hur många skärmar har du i hushållet? Med skärmar avses exempelvis TV, smart telefon, surfplatta etc.

Typer av skärmar per hushåll



Fråga: Vad av följande äger du?

Kapitel 3. Prylar svenskarna kopplar upp.

Många skärmar per hushåll.

Antalet skärmar vi har i hushållet är i princip oförändrat sedan förra rapporten. 61% har fem skärmar eller mer i hushållet. Att äga en smarttelefon är vanligare 2017 än 2016, det är nu fler än 9 av 10. Däremot är det färre som prioriterar en stationär dator i hemmet.

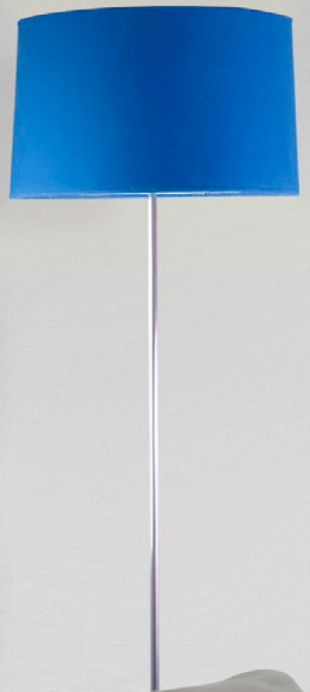
Att äga en stationär dator är vanligare ju äldre man är. Bland 18–29 åringarna äger 36% en stationär dator, att jämföra med 47% bland 58–65 åringarna.

Bland de yngsta är skillnaden mellan könen gällande att äga en stationär dator som störst. Varannan ung kille (49%) äger en stationär dator, till skillnad från tjejerna där endast 1 av 5 (21%) har prioriterat detta. Detta hänger ihop med onlinespelet där killar är överrepresenterade.

I Västmanlands län har 67% fem eller fler uppkopplade skärmar, vilket är högst andel i hela landet (61%). I Kalmar län har 4% bara en uppkopplad enhet med skärm vilket är dubbelt så mycket som i hela landet där endast 2% säger sig ha en enhet uppkopplad.

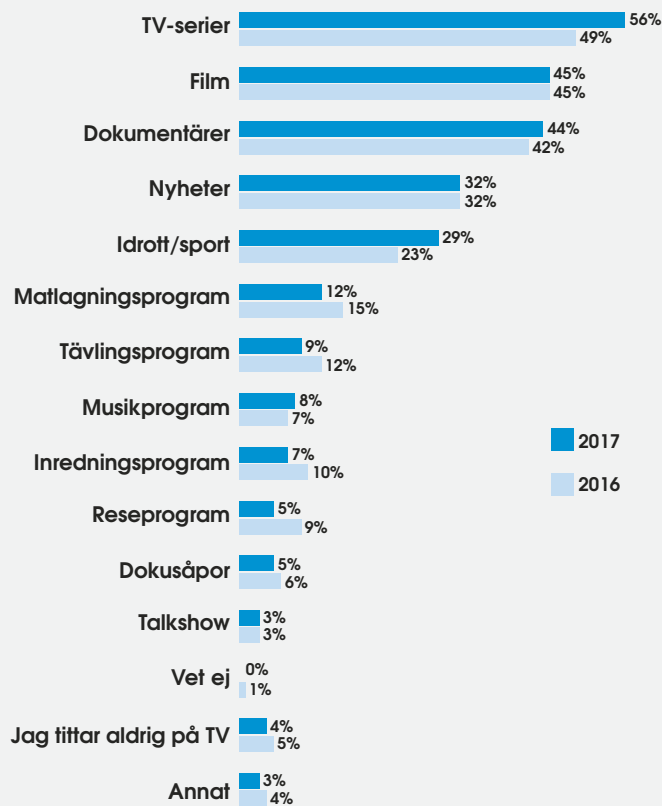
**94% av svenskarna
äger en smart telefon.**





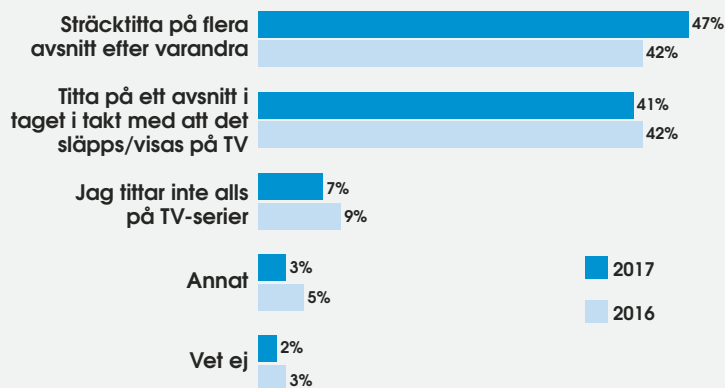
Kapitel 4. Svenskarnas TV-tittande.

Vad svenskarna helst ser på TV



Fråga: Vilka typer av program ser du helst på TV? Det kan både vara via tablå-TV och streamingtjänster.

Hur följer vi helst TV-serier?



Fråga: Hur föredrar du att följa en serie?

Kapitel 4. Svenskarnas TV-tittande.

Serier är bäst – på TV.

TV-serier befäster sin position som det vi helst ser på TV, samtidigt som intresset för idrott och sport ökar sedan förra året. Detta sker på bekostnad av underhållningsprogram med ämnen såsom matlagning, inredning och resor som sjunker. Andelen som säger att de aldrig tittar på TV har sjunkit från 5 till 4%.

Binge-watching ökar – och vi följer färre serier samtidigt

Svenskarna följer något färre TV-serier samtidigt jämfört med förra året. 2017 var det vanligare att de endast följde en eller två serier samtidigt. Vid sidan av att svenskarna helst följer färre TV-serier åt gången så föredrar de också i högre utsträckning att sträcktitta (bingea) på den eller de serier de väljer att följa. Helst av allt så gör man det på TV-apparaten.

Så många TV-serier följer svenskarna

	2017	2016
Inga alls	25%	25%
1	15%	14%
2	20%	17%
3	14%	14%
4	7%	7%
5	6%	6%
Fler än 5	7%	10%
Vet ej	6%	

Fråga: Hur många TV-serier följer du just nu?

Svenskarna vill helst vara med i Antikrundan eller Halv åtta hos mig

Antikrundan och Halv åtta hos mig är fortfarande de TV-produktioner som svenskarna helst skulle vilja vara med i. 50% vill inte svara på vilken serie de vill vara med i, så gissningsvis, så vill den gruppen helst slippa.

Vilken av följande svenska TV-produktioner skulle du helst vilja delta i?

	2017	2016
Antikrundan	13%	16%
Halv åtta hos mig	11%	14%
Expedition Robinson	8%	10%
Körslaget	6%	6%
Hela Sverige Bakar	5%	7%
Gladiatorerna	5%	6%
Sveriges Mästerkock	5%	7%

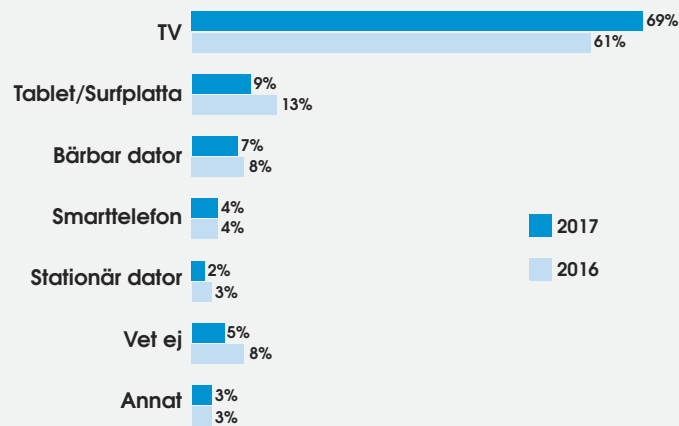
Fråga: Vilken av följande svenska TV-produktioner skulle du helst vilja delta i?

Binge-watching

– att titta på TV under längre, sammanhängande period. Oftast genom att se flera avsnitt av en och samma serie.

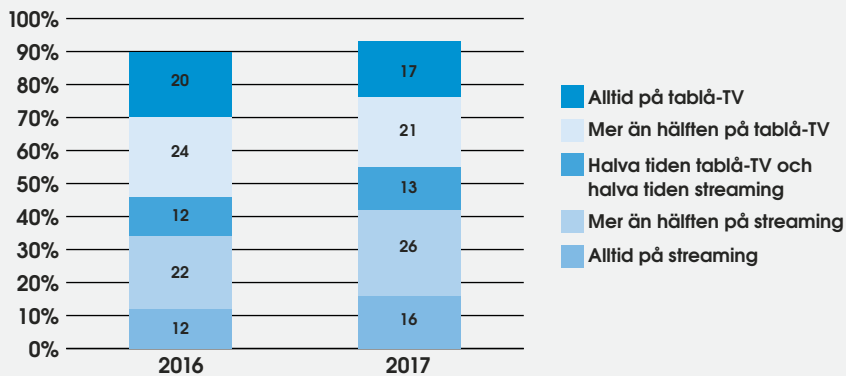
Kapitel 4. Svenskarnas TV-tittande.

Framtidens vanligaste skärm för att se på film, serier



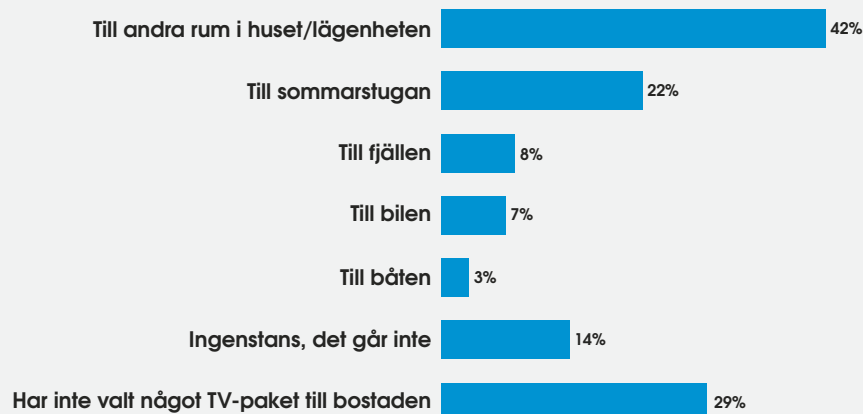
Fråga: Vilken skärm tror du att du kommer att använda mest för att titta på TV-program, TV-serier om fem år?

Fördelningen mellan tablålagd TV och streamingtjänster



Fråga: Hur stor andel av din totala TV-tid lägger du på streamingtjänster respektive tablå-TV?

Vart vi helst vill kunna ta med oss TV-paketet vi har hemma



Fråga: Vart vill du kunna ta med dina TV-paket som du har hemma?

Kapitel 4. Svenskarnas TV-tittande.

Hur vill svenskarna se på TV?

TV:n är den skärm som svenskarna helst använder när de ska sträckkolla på den TV-serie de följer och det har ökat från 81 % till 85 % mellan 2016 och 2017. Samtidigt vill färre svenskar titta på sin bärbara dator.

Vid sidan om att TV-skärmen ökar i popularitet som den skärm vi helst använder för att titta på serier och film idag så tror även fler att man kommer använda den mest om 5 år. Nästan 7 av 10 tror att det är vanligast om 5 år att använda den stora TV-skärmen för sitt tittande.

Streamingen ökar med 10%

Även om TV:n är den skärm vi helst använder till att titta på serier och filmer så ökar andelen total TV-tid som vi streamar. 42% lägger 2017 mer än hälften eller all sin TV-tid på streaming, att jämföra med 32% under 2016. Fortfarande så är det 17% som bara ser på tablå-TV, vilket är en minskning med 3% sedan 2016.

Flexibilitet är viktigt

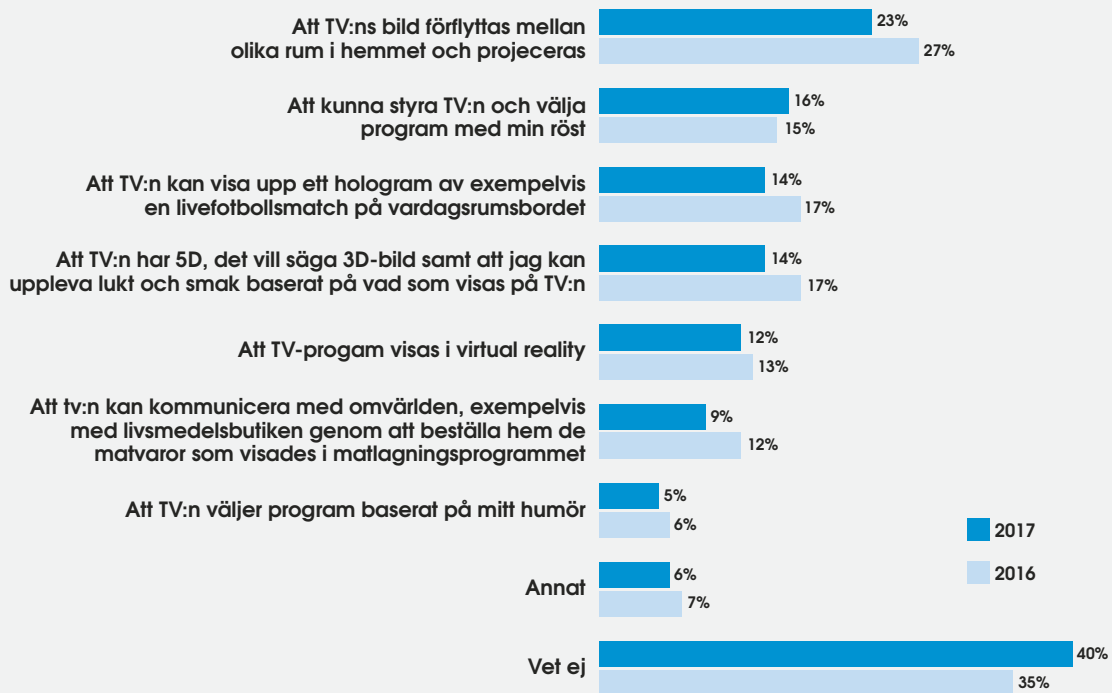
Fler än 4 av 10 av de som någon gång tittar på TV vill kunna ta med sig sina TV-paket och kanaler till andra rum i bostaden. Samtidigt som 22% även vill kunna ta med sig TV-paketen och kanalerna till sommarstugan. I Västerbotten vill 29% ha den möjligheten, vilket är högst i landet. I Södermanland och Halland tycker bara 13% att det är viktigt.





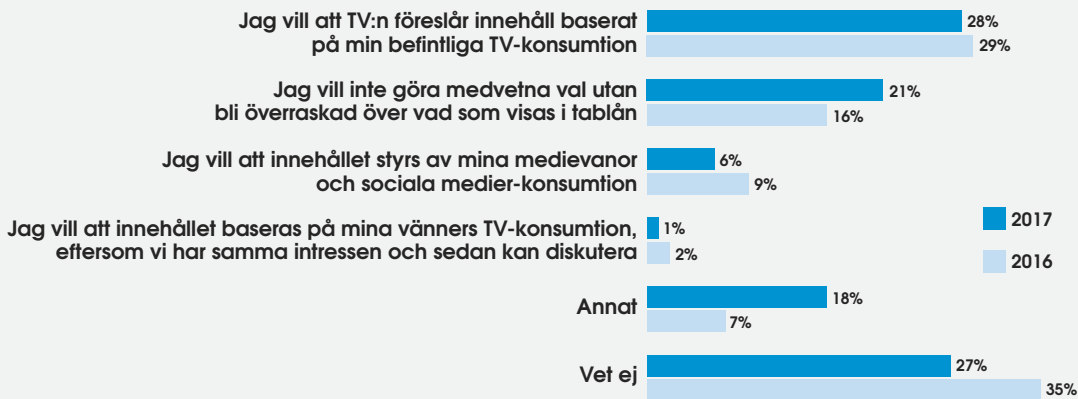
Kapitel 5. Framtidens TV.

Tekniska funktioner vi vill ha till vårt TV-tittande i framtiden



Fråga: Vilken teknisk funktion skulle du vilja adderades till ditt TV-tittande i framtiden?

Hur vi helst vill ta del av TV-tittandet



Fråga: Hur vill du helst ta del av ditt TV-innehåll i framtiden?

Kapitel 5. Framtidens TV.

Vilka tekniska funktioner vill svenskarna ha?

Att kunna förflytta TV:n mellan rummen tycker allra flest är viktigast (23%), men det har sjunkit något sedan 2016 (27%).

Att kunna röststyra TV:n är den näst vanligaste tekniska funktion svenskarna önskar sig. Att TV:ns bild kan flyttas mellan rum och projiceras på väggen är det färre som önskar 2017 än 2016.

Intresset för VR, 3D och hologram har däremot sjunkit och även intresset för att kunna kommunicera med omvärlden via TV:n och beställa exempelvis matvaror har också sjunkit.

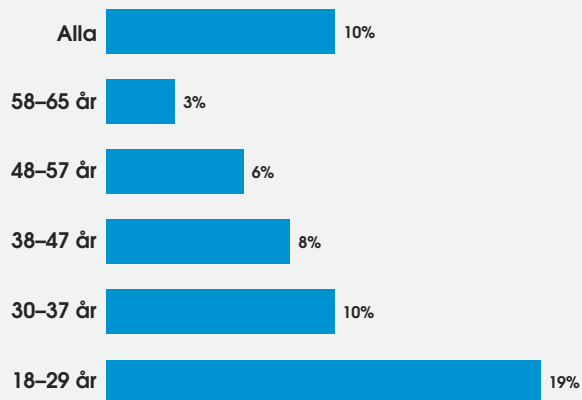
Hur vill svenskarna ta del av sin TV-underhållning – gärna en överraskning

Det är fortfarande nästan en tredjedel som vill att TV:n föreslår innehåll baserat på vad de har tittat på tidigare. Däremot är det betydligt fler 2017 som inte alls vill göra medvetna val utan blir överraskad av det som visas i tablån. Svenskarna verkar heller inte vilja att deras medievanor styrs av det de gör och tittar på i sociala medier.

Fler vill styra TV:n med rösten.

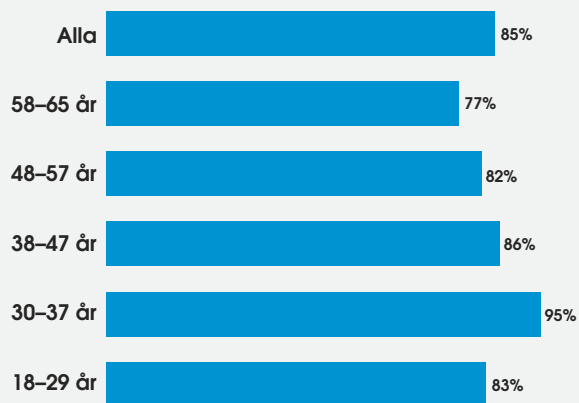
Kapitel 6. Rörlig bild online.

Andelar med en egen Youtube-kanal



Fråga: Har du en egen Youtube-kanal?

Andel som publicerar klipp på Youtube-kanalen



Fråga: Har du laddat upp ett klipp på Youtube någon gång?

Kapitel 6. Rörlig bild online.

Mer rörlig bild på nätet än tidigare.

Allt mer av video och rörlig bild konsumeras på nätet istället för framför TV:n. Hälften av de svenskar som har en egen YouTube-kanal drömmer om att bli YouTube-stjärna.

1 av 10 svenskar har en egen Youtube-kanal, andelen är dock avtagande med åldern. Bland de yngsta har 1 av 5 en egen kanal på Youtube, att jämföra med de mellan 58–65 där endast 3% har en egen kanal.

Har svenskarna en egen Youtube-kanal så har de i regel också laddat upp egna klipp på plattformen. Men det är främst 30–37-åringarna som använder sin Youtube-kanal till att lägga upp egna klipp.

Många med Youtube-kanal vill bli stjärnor

5% av svenskarna drömmer om att bli TV-kändis eller Youtube-stjärna, men av dessa är det endast hälften som upplever att de vågar ta steget och försöka. Bland de som faktiskt har en egen Youtube-kanal så drömmer hälften om att bli Youtube-stjärna eller TV-kändis, och majoriteten skulle även våga försöka.

85% av svenskarna har någon gång laddat upp ett klipp på Youtube.

Norrboten

I Norrbotten tror man extra starkt att smarttelefonen har en ljus framtid när det handlar om TV-tittande. 6% i länet tror att just den skärmen kommer att användas i högst utsträckning om det ska tittas på TV, vilket är dubbelt så många som i övriga landet.

Västernorrland

Svenskarna lägger i genomsnitt 1 timme i veckan på onlinespel hemma, men i Västernorrland är det betydligt vanligare att ägna sig åt gaming i bostaden. Snittet i länet är 3 timmar i veckan.

Gävleborg

Även om det är få så är det nästan dubbelt så vanligt i Gävleborg jämfört med hela landet att drömma om att bli TV-kändis eller Youtube-stjärna (9% jämfört med 5%).

Uppsala

Uppsala är länet där man är som mest digital när det kommer till TV-tittande. Hela 24% lägger all sin totala TV-tid på streamingtjänster, och det är dubbelt så vanligt jämfört med hela landet att man föredrar att se på film och serier på sin bärbara dator.

Stockholm

Stockholm är det län där man efterfrågar det snabbaste bredbandet. 1 av 10 stockholmare uppskattar att de behöver en hastighet på 500 Mbit/s eller snabbare, samtidigt är det särskilt många i länet som inte kan bedöma hur bra ens nuvarande hastighet fungerar.

Södermanland

Bara 2% av svenskarna skulle helst vilja vara med i Efterlyst om man får välja mellan svenska TV-produktioner, men i Södermanland är det mer än dubbelt så vanligt med en önskan om att figurera i Efterlyst (5%). I länet är det också betydligt vanligare än i övriga landet att man är extra noggrann med var man placerar sin router i bostaden.

Gotland

På Gotland är man i relation till övriga landet traditionell i sitt TV-tittande. Nästan 6 av 10 (58%) föredrar att följa en TV-serie genom att titta på ett avsnitt i taget istället för att streckkolla på flera. På fastlandet är motsvarande siffra 4 av 10.

Dalarna

Endast 1 av 10 svenskar har en egen Youtube-kanal, men i Dalarna så är det nästan dubbelt så vanligt (17%). I länet spenderar man annars en större andel av sin internettid till att ta del av flöden på sociala medier jämfört med övriga landet.

Västra Götaland

Om internetuppkopplingen i bostaden blir ostabil är man i Västra Götaland särskilt handlingskraftig. Senaste gången internet svajade så kopplade 21% ner de enheter som inte användes från WiFi. I hela landet är motsvarande siffra 13%.

Skåne

I Skåne efterfrågar man ett smidigare TV-tittande i framtiden. 1 av 10 skåningar vill att TV:n själv ska välja program baserat på ens humör, vilket är dubbelt så många som i övriga landet.

boxer.se • facebook.com/boxersverige

BOXER