



Svenskarna och internet 2019

Innehåll

Sammanfattning	3-7
Kapitel 1 Allmänt om internetutvecklingen	8-22
Kapitel 2 Digitala samhällstjänster	23-50
Kapitel 3 Banktjänster och e-handel	51-63
Kapitel 4 Digital integritet och delaktighet	64-82
Kapitel 5 Sökkällor och källkritik	83-94
Kapitel 6 Digitala kommunikationstjänster	95-105
Kapitel 7 Sociala medier	106-122
Kapitel 8 Mediekonsumtion – titta, lyssna, läsa digitalt	123-152
Kapitel 9 Spel online	153-163
Fakta om Svenskarna och internet 2019	164-166

Meningsfull tid på nätet – och det digitala samhällets fram- och baksidor

I Sverige år 2019 ökar tillgången till fiber, hela 98 procent har tillgång till internet i hushållen och 95 procent av befolkningen anger att de använder internet. Men hur meningsfull är all den tid vi lägger? När vi för första gången ställer frågor om meningsfullhet syns stora skillnader för olika aktiviteter vad gäller hur väl använd tiden upplevs. Bara en fjärdedel tycker att deras tid på sociala medier är meningsfull. Det kan jämföras med användandet av nyhetsappar, som nästan 60 procent av användarna anser vara väl använd tid. Motsvarande siffra för mobilspel är bara 12 procent. Det digitala utanförskapet minskar men är ändå fortfarande påtagligt i vårt samhälle. Det blir extra tydligt i årets rapport när vi sätter strålkastarljuset på de digitala samhällstjänsterna, som exempelvis e-tjänster inom sjukvården, kollektivtrafiken och Skatteverket, som är till för alla medborgare. Majoriteten anser att dessa e-tjänster underlättar för dem och att Mobilt BankID har varit en stor möjliggörare på detta område, samtidigt säger en del istället att e-tjänsterna försvårar. Vi tittar även närmare på den växande oron för att myndighetssverige - och stora företag som Google och Facebook - ska inkräkta på vår personliga integritet på nätet. Nära hälften känner sig övervakade på internet. Vi har blivit mer restriktiva med att dela andras inlägg på sociala medier och överlag tycks användandet av sociala medier börja plana ut.

Om framsidan av samhällets digitala transformation är delaktighet är baksidan utanförskap. I kölvattnet av förra årets rapport, som belyste klyftorna på nätet, följer vi upp det digitala utanförskapet från flera olika vinklar i årets upplaga. Vi tar reda på i vilken grad vi känner oss delaktiga i det digitala samhället - något som de flesta överlag gör. Likaså redovisar vi det utanförskap som framkommer i användandet av digitala samhällstjänster där hög ålder, låg inkomst och låg utbildning blir tydliga riskfaktorer.

Vidare redovisar vi det totala antalet av de som antingen aldrig kopplar upp sig och de som gör det mer sällan. Sammantaget handlar det omräknat om drygt en miljon svenskar som lever i ett digitalt utanförskap. Det är en liten minskning från förra året. Värt att poängtera är att det är befolkningen som blir äldre och således ingår fler internetanvändare i de äldre åldersgrupperna för varje år. Därmed ska inte ökad digital aktivitet tolkas som en stor beteendeförändring hos de äldre.

För de digitala samhällstjänsterna har vi valt att titta närmare på tio utvalda där Skatteverkets e-tjänster hamnar i topp i andel användare. De följs av kollektivtrafiken och på en tredjeplats hamnar sjukvårdens digitala tjänster. Betydligt fler nyttjar sjukvårdens e-tjänster för att boka ett fysiskt läkarbesök, än de nya och mer omtalade apparna som ersätter läkarbesök. Hälften använder idag en digital brevlåda vilket sannolikt Skatteverket bidragit till då de erbjuder snabbare utbetalning av skatteåterbäring till de som har en digital brevlåda. Digitala tjänster för pension nyttjas inte av ens hälften av befolkningen. Detta är den enda e-tjänst i vår studie där de äldre är mer aktiva än de yngre.

Tack vare digitaliseringen har den offentliga förvaltningen idag stora möjligheter att skapa effektivitetsvinster och därmed spara pengar för skattebetalarna, att skapa stora miljövinster i form av minskad pappersförbrukning och att ge ökad service för medborgarna genom ökad tillgänglighet, snabbare processer etcetera. Vissa grupper riskerar dock att lämnas utanför. Det är viktigt att myndighetssverige tar hänsyn till att de som inte är så digitala kan behöva alternativa sätt till kontakt. Samtidigt som det behövs utbildningsinsatser och hjälp för de som vill använda digitala lösningar men inte kommit igång ännu. För att minimera risken för utanförskap och för att skapa delaktighet - för alla medborgare.

Läs mer i kapitel 2: Digitala samhällstjänster – s. 23-50

Tillgången till fiber ökar

Efter att ökningen av fiberuppkopplade hushåll bromsade in år 2018 har utvecklingen nu tagit fart igen. Mer än hälften av hushållen har nu tillgång till fiber och störst är ökningen på landsbygden.

Hela 98 procent har tillgång till internet i sina hushåll och 95 procent använder också internet. De äldre börjar här komma ikapp övriga befolkningen.

Vilka är det som använder iPhone respektive Android? Det tar vi reda på liksom hur många som har uppkopplade högtalare och elektroniska lås i sina hem.

Läs mer i kapitel 1: Allmänt om internetutvecklingen – s. 8-22

Få upplever sociala medier som väl använd tid

Hur meningsfull och väl använd betraktar vi den tid vi lägger på olika appar och e-tjänster? För första gången frågar vi användarna av ett antal utvalda aktiviteter om de tycker att deras tid på dessa är meningsfulla eller ej. Nyhetsappar hamnar i topp och mobilspel intar jumboplatsen. Sociala medier hamnar långt ned på listan.

I kapitel 1 ges en totalbild av de utvalda aktiviteterna som sedan finns redovisade mer i detalj under respektive tillhörande kapitel.

Läs mer i kapitel 1: Allmänt om internetutvecklingen – s. 8–22

Mobilt BankID och Swish ökar

Mobilt BankID och Swish fortsätter att växa. Främst sker ökningen bland de äldre då allt fler internetanvändare når de högre åldrarna.

Män är något mer benägna att sälja något online än kvinnor. De ser också e-handelsappar och begagnatsajter som något mer meningsfull tid än kvinnor, men främst är det föräldrar med hemmaboende barn som ser dem som väl använd tid. Föräldrar säger att de är extra utsatta för bland annat missvisande köp och kortbedrägerier.

Läs mer i kapitel 3: Banktjänster och e-handel – s. 51–63

Ökad oro att Google och Facebook kränker integritet

När hälften känner oro för att storföretag som Google och Facebook ska inkräkta på deras personliga integritet på internet. Endast var femte oroar sig för myndighetssveriges inkräktande. Oron har ökat på båda dessa områden sett ur ett femårsperspektiv.

Näthat drabbar i synnerhet yngre men har inte ökat de senaste åren. Det har däremot andelen kränkande e-post gjort.

Internet blir allt viktigare såväl i den privata sfären som i arbete och studier. Känslan av att vara delaktighet i det digitala samhället infinner sig hos majoriteten av befolkningen.

Läs mer i kapitel 4: Digital integritet och delaktighet – s. 64–82

Allt färre delar andras innehåll

Jämfört med föregående år har andelen som delar andras innehåll i sociala medier minskat. I synnerhet gäller det de över 55 år. Mindre än hälften litar på majoriteten av informationen på internet. Fler yngre än äldre har fått utbildning i källkritik, medan äldre överlag är mer tillitsfulla.

Är den nya datalagstiftningen GDPR tandlös? De flesta internetanvändare säger att de accepterat användarvillkor på en sajt utan att läsa igenom dem.

Läs mer i kapitel 5: Sökkällor och källkritik – s. 83–94

E-post dominerar – men kommer chatt att ta över?

Praktiskt taget alla e-postar. Det dagliga e-postandet är lägre bland de yngre än de äldre. De yngre väljer istället chatten, som fortsätter att växa. Även videosamtal och telefonsamtal över internet ökar något.

Whatsapp ökar, Skype minskar och Facebook Messenger ligger kvar på samma nivå som föregående år. Messenger används mest av alla men minskar bland de yngre och ökar bland äldre.

Läs mer i kapitel 6: Digitala kommunikationstjänster – s. 95–105

Antalet användare av sociala medier börjar plana ut

Majoriteten av internetanvändarna använder sociala medier. Från år 2010 har det årligen skett en konstant ökning i användandet men i år har den avstannat. Instagram och Snapchat, som tidigare vuxit stort, ligger mer eller mindre kvar på samma nivå som föregående år. Facebooks tillväxt tycks ha stannat av och eventuellt kan vi till och med ana en nedåtgående trend.

Endast en fjärdedel av användarna av sociala medier anser att tiden de spenderar på de olika sociala nätverken är meningsfull.

Läs mer i kapitel 7: Sociala medier – s. 106–122

Mer poddar och digitala böcker i våra lurar

Poddar har vuxit för varje år och sedan år 2015 har det totala poddlyssnandet dubblats till att idag nå 55 procent. Likaså ökar konsumtionen av digitala böcker stadigt. Idag konsumerar 42 procent av internetanvändarna digitala böcker där ljudboken har ett litet försprång framför e-boken. Pappersboken behåller dock sin starka, stabila ställning över åren och läses fortfarande i mer än dubbelt så hög grad som de digitala versionerna.

Läs mer i kapitel 8: Mediekonsumtion – Titta, lyssna, läsa digitalt – s. 123–152

Fler betalar för film och musik på nätet

Det digitala filmtittandet och musiklyssnandet ökar. Likaså ökar andelen som betalar för digitala abonnemang på film- och musiktjänster. De yngsta har högst betalningsvilja. Ökningen är störst för streamingtjänster för film, tv och videor (57%) som nu ligger i princip på samma nivå som musik (58%). I jämförelse ligger de digitala tidningsprenumeranterna (32%) på en relativt låg nivå.

Läs mer i kapitel 8: Mediekonsumtion – Titta, lyssna, läsa digitalt – s. 123–152

Spel online domineras av yngre män

Att spela nöjesspel (60%), spela om pengar (8%) eller titta på nätet på andra som spelar spel (19%) är i huvudsak aktiviteter som unga män ägnar sig åt. Äldre kvinnor är också mer aktiva i nöjesspelet. Oavsett kön eller ålder är mobilen vårt förstahandsval för spel, även om män oftare väljer datorn och äldre spelar på

surfplattan oftare än andra. Överlag ses varken mobilspel eller dataspel som så värst väl använd tid av dess användare.

Läs mer i kapitel 9: Spel online – s. 153–163

Några nyckeltal för Svenskarna och internet år 2019

	Andel av befolkning	Andel av internetanvändare
Använder internet	95%	100%
Använder internet dagligen	91%	96%
Använder internet i dator	91%	96%
Använder internet i mobilen	90%	95%
Använder internet i surfplatta	61%	64%
Internetanslutning hemma		
Fiber	57%	59%
Kabel-tv	10%	10%
ADSL	10%	10%
Mobilt bredband (router, ej via mobiltelefon)	16%	17%
Innehav		
Dator (i hushållet)	93%	96%
Surfplatta (i hushållet)	70%	72%
Mobiltelefon (egen)	99%	99%
Smartmobiltelefon (egen)	92%	95%
Uppkopplade saker /IoT (i hushållet)	54%	55%
Dagstidningsprenumeration	49%	48%
Mobilt BankID	84%	89%

Fakta om undersökningen och Internetstiftelsen

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation.

Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället.

Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Med den här undersökningen, Svenskarna och internet 2019, vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Fiber ökar och äldre alltmer digitala

Liksom föregående år anger 98 procent att de har tillgång till internet i sina hushåll. Hela 95 procent använder också internet. Det som sticker ut något i årets rapport är att tillgången till fiber ökar i hushållen, i synnerhet på landsbygden, efter en avmattning föregående år. Vi ser också att våra äldre blir alltmer digitala, även om de har en bit kvar börjar de komma ikapp den övriga befolkningen. Nytt i årets *Svenskarna och internet* är bland annat en kartläggning av hur många som har en uppkopplad högtalare och elektroniska lås i hemmet. Vi frågar också användarna om hur meningsfull och väl använd tid de anser att olika aktiviteter på internet är.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Internettillgång och uppkoppling

- 1.1 År 2019 har 98 procent av de svenska hushållen tillgång till internet
- 1.2 Tillgången till fiber i hushållen ökar igen
- 1.3 Hushållen på landsbygden får ökad tillgång till fiber

Internetanvändandet

- 1.4 År 2019 använder 95 procent av Sveriges befolkning internet
- 1.5 De äldsta börjar komma ikapp i internetanvändandet
- 1.6 Drygt 1 miljon personer använder inte internet dagligen
- 1.7 Icke-användare ser inte nytta med internet

Enheter och uppkopplade saker

- 1.8 Datoranvändandet tenderar minska till förmån för mobilen
- 1.9 Surfplattan används mest av de mellan 66–75 år
- 1.10 Fler använder Iphone än Android
- 1.11 Antalet uppkopplade saker ökar i hushållen
- 1.12 1 av 20 har en uppkopplad högtalare
- 1.13 Elektroniskt lås finns i 7 procent av de svenska hushållen

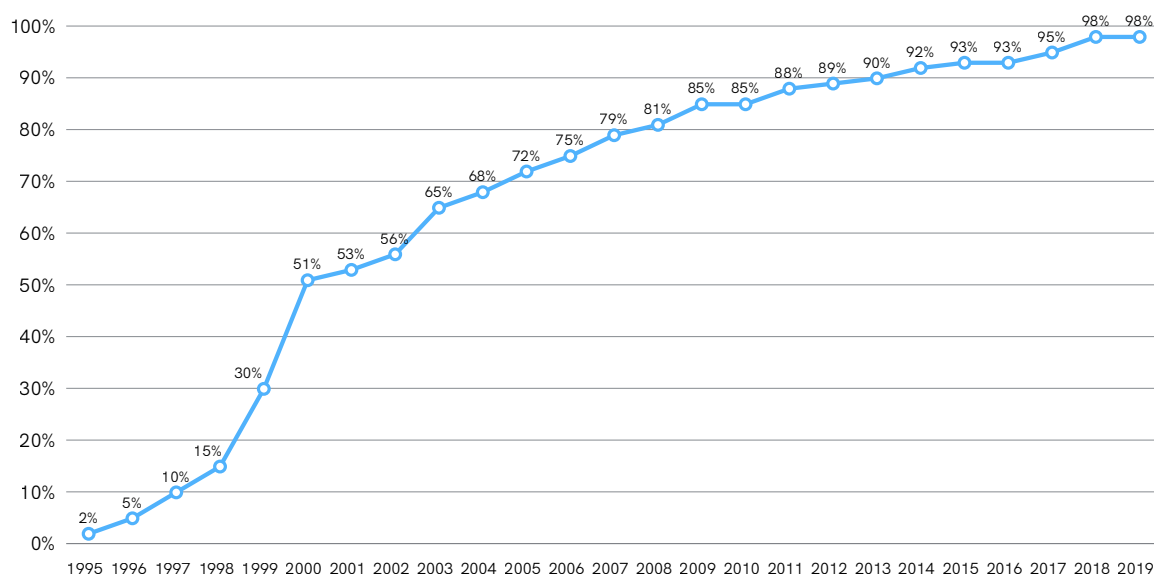
Meningsfullhet/Väl använd tid

- 1.14 Nyhetsappar i topp och mobilspel jumbo i meningsfullhet

Internettillgång och uppkoppling

År 2019 har 98 procent av de svenska hushållen tillgång till internet

Diagram 1.1 Andel av befolkningen (16+ år), Tillgång till internet i hushållet, år 1995–2019



I år anger 98 procent att de har tillgång till internet i hushållet. Det är på samma nivå som föregående år (98%) och den höga andelen indikerar att vi är på väg mot regeringens mål "Sverige helt uppkopplat år 2025 – en bredbandsstrategi".¹ För tio år sedan var endast 81 procent av hushållen uppkopplade och för tjugo år sedan (1999) hade bara 30 procent av hushållen tillgång till internet.

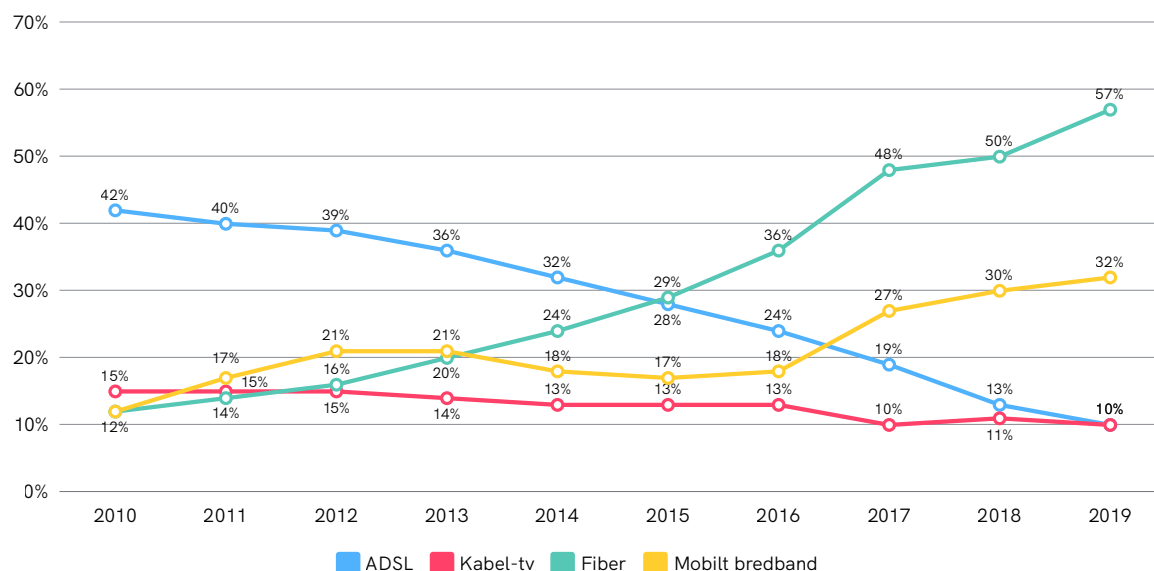
Hur kopplar vi då upp oss i våra hushåll? Det ser vi i nästa graf (diagram 1.2).

1 <https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2016/12/sverige-helt-uppkopplat-2025---en-bredbandsstrategi/>

Tillgången till fiber i hushållen ökar igen

Diagram 1.2 Andel av befolkningen (16+ år), Bredbandsuppkoppling hemma, år 2010–2019

* År 2018–2019 delades frågan om mobilt bredband upp i två alternativ: Mobilt bredband via mobil och ej via mobil - diagrammet visar de båda alternativen sammanslagna.



Tillgången till fiber i de svenska hushållen ökar igen (57%) efter en lugnare tillväxt mellan 2017 (48%) till 2018 (50%). Ökningen av tillgång till fiber sker i synnerhet på landsbygden men även till viss del i städerna. (Se diagram 1.3.)

Även mobilt bredband ökar något från 30 procent till 32 procent i år. Av dessa 32 procent anger 20 procent att de har mobilt bredband via mobiltelefonen och 16 procent ej via mobil. Några har alltså båda varianterna.

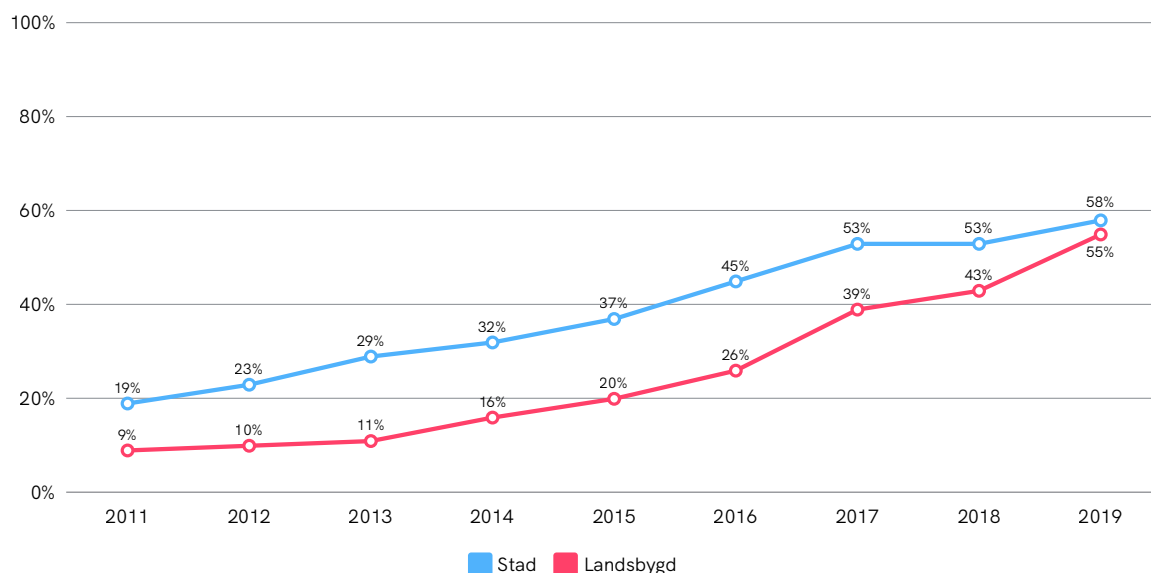
ADSL, det vill säga internet via det gamla kopparnätet för telefoni, fortsätter att minska. År 2010 var ADSL den i särklass vanligaste internetuppkopplingen, då 42 procent bodde i ett hushåll med internet via ADSL. Förra året var siffran 13 procent, i år har den sjunkit till 10 procent.

Cirka 1 av 10 hushåll kopplar fortfarande upp sig via kabel-tv.

På frågan om hur man har kopplat upp sig den senaste månaden anger drygt 90 procent att de använder en internetuppkoppling i hemmet vilket är det vanligast sättet att koppla upp sig i Sverige.

Hushållen på landsbygden får ökad tillgång till fiber

Diagram 1.3 Andel av befolkningen (16+ år), Tillgång till fiber i hushållet fördelat på stad och landsbygd, år 2011-2019



Tillgången till fiber har ökat markant på svenska landsbygden det senaste året. År 2018 hade 43 procent av hushållen tillgång till fiber medan 55 procent i år anger att de har det. Även i städerna har en mindre ökning från 53 procent till 58 procent skett det senaste året.

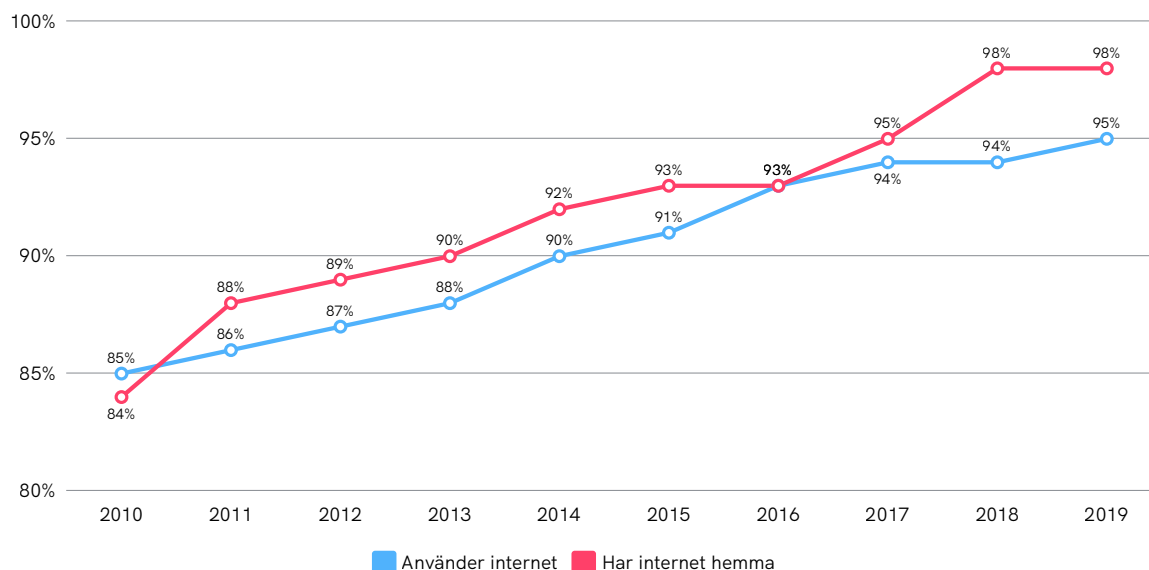
För att alla ska ha tillgång till digitala tjänster, oavsett var i landet man bor, införde regeringen den 1 mars år 2018 den statliga internetgarantin. Den innebär att regeringen ger ett stöd till privatpersoner som ska ge dem telefoni och internet på minst 10Mbit/s.²

2 <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2018/03/ny-sidanu-borjar-den-statliga-internetgarantin-galla/>

Internetanvändandet

År 2019 använder 95 procent av Sveriges befolkning internet

Diagram 1.4 Andel av befolkningen (12+ år), Använder internet respektive har internet hemma, år 2010-2019



Nästan alla svenskar, 95 procent, använder internet. Sedan år 2010 har internetanvändandet ökat med cirka tio procentenheter – från 85 procent till 95 procent i år. Ökningen börjar dock plana ut och skillnaden mot år 2018 (94%) är marginell.

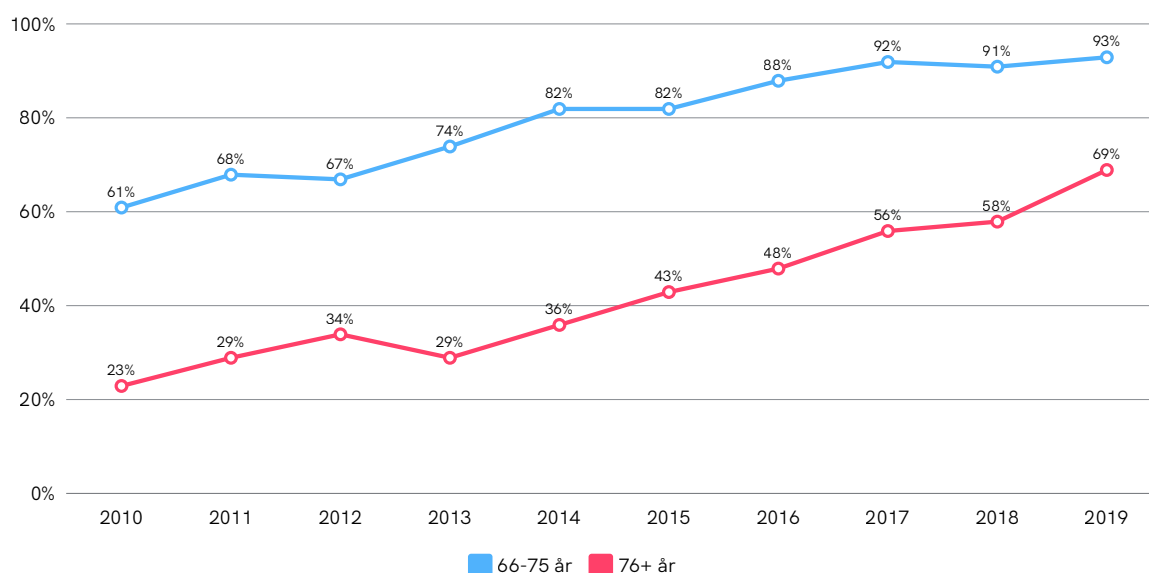
Eftersom majoriteten av befolkningen numera är online blir det allt mindre som särskiljer internetanvändarna från icke-användarna. I jämförelse med befolkningen som använder internet (95%) finns det emellertid några grupper som har signifikant fler respektive signifikant färre internetanvändare. Dessa är:

Signifikant fler	Signifikant färre
Högskoleutbildning (97%)	(85%) Grundskoleutbildning
Hushållsinkomst 750'+ SEK (100%)	(90%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
Män (97%)	(94%) Kvinnor
12-45 år (99%)	(84%) 66 år eller äldre

Den största ökningen av internetanvändandet sker i åldersgrupperna över 65 år som alltmer börjar knappa in på den yngre befolkningen. (Se diagram 1.5.)

De äldsta börjar komma ikapp i internetanvändandet

Diagram 1.5 Andel av befolkningen (66+ år), Använder internet, år 2010-2019



År 2010 använde drygt 2 av 10 (23%) av de som var äldre än 75 år internet.

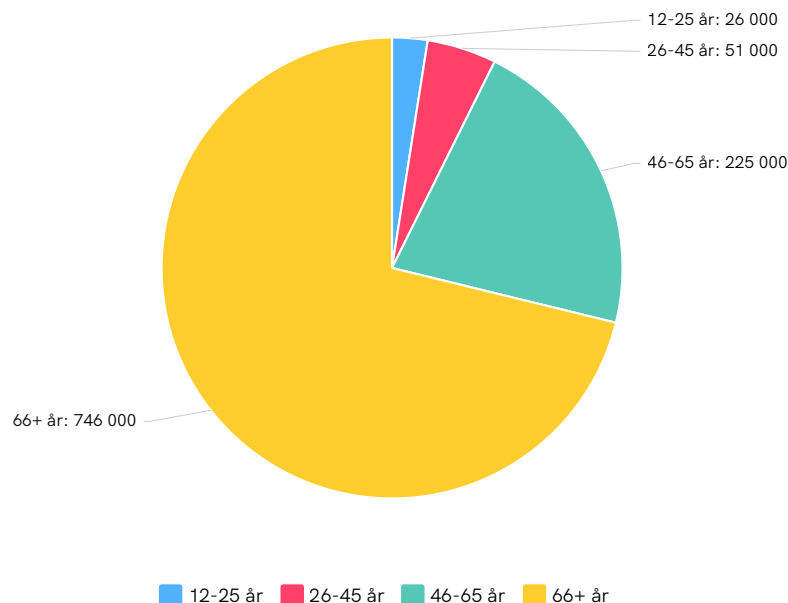
Idag använder närmare 7 av 10 (69%) av vår äldsta befolkning internet. Bara det senaste året har en ökning skett från 58 procent till 69 procent. Det är främst 40-talisterna i denna åldersgrupp som står för ökningen. Bakgrunden ligger i mångt och mycket i att de som gick i pension för tio-femton år sedan hade blivit vana internetanvändare på sina arbetsplatser. Idag har de hunnit bli 76 år eller äldre och har tagit med sig det beteendet.

I den näst äldsta åldersgruppen, 66-75 år, använde 6 av 10 (61%) internet redan 2010. Sedan dess har internetanvändandet ökat till drygt 9 av 10 (93%) procent i år. Ökningen från föregående år är marginell – då låg internetanvändandet på 91 procent.

Sammantaget ligger internetanvändningen i gruppen 66+ år på 84 procent.

Drygt 1 miljon personer använder inte internet dagligen

Diagram 1.6 Åldersfördelning av de drygt 1 miljon svenskar (12+ år) som inte använder internet dagligen eller inte alls, år 2019

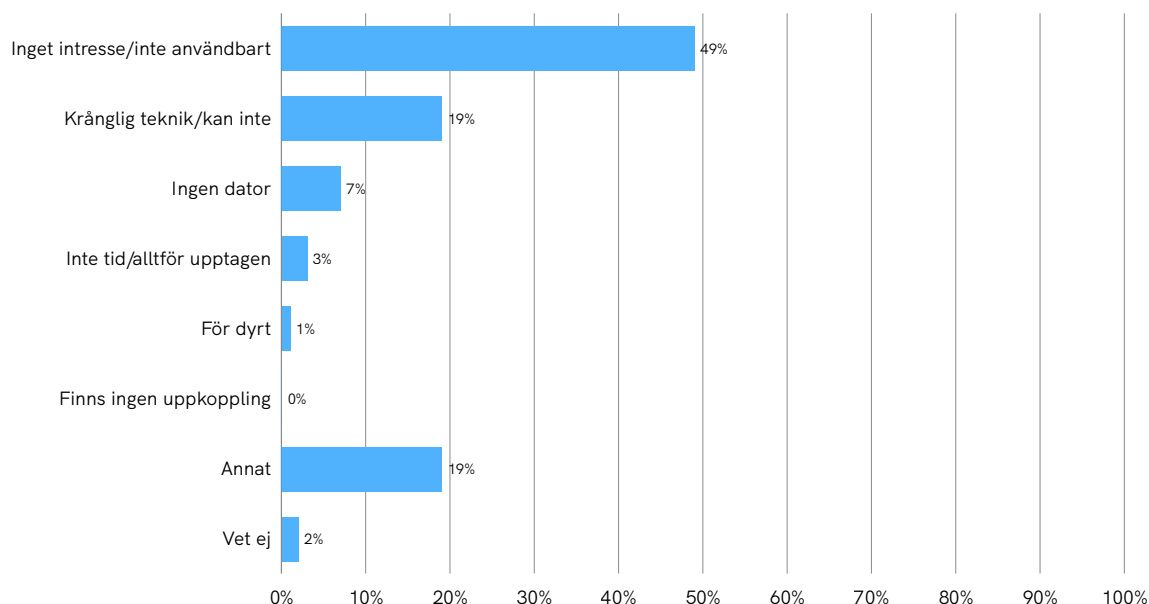


Alla använder inte internet dagligen. Tillsammans med de som aldrig använder internet utgör de drygt 1 miljon av vår befolkning 12 år eller äldre. Jämfört med år 2018 har denna grupp minskat något, totalt sett handlar det om runt 50 000–60 000 personer. För denna grupp är åldern den tydligast särskiljande faktorn. Runt 70 procent är äldre än 65 år och utgör cirka 746 000 personer. (Beräknat på SCB:s befolkningsstatistik.)

Det är också signifikant fler som bor på landsbygden (11%) än i stan (7%). Andra faktorer som är framträdande bland dessa icke- och sällananvändare är en högre andel med enbart grundskoleutbildning och fler med lägre hushållsinkomst. Även något fler som är födda utanför Sverige tenderar att ingå i denna grupp.

Icke-användare ser inte nyttan med internet

Diagram 1.7 Andel av icke-användare av internet (12+ år), Viktigaste skäl till att inte använda internet överhuvudtaget, år 2019



Hälften av de som inte använder internet anger att de inte ser det som användbart eller att de inte har något intresse för det. En femtedel upplever att tekniken är en tröskel – det är för krångligt och de kan helt enkelt inte.

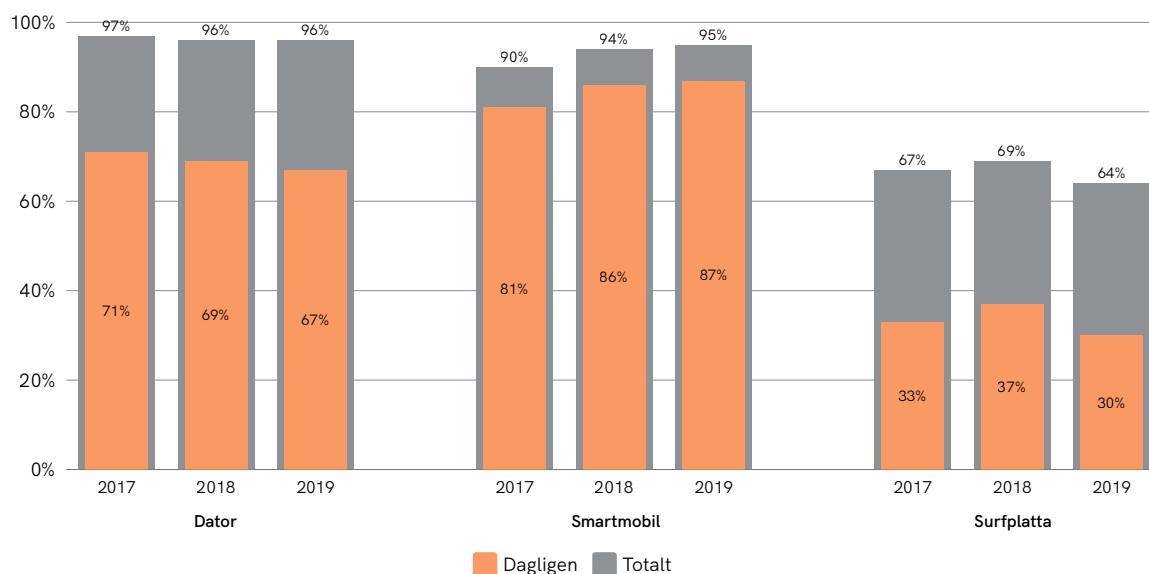
Drygt var femte av icke-användarna anger att de har använt internet tidigare.

Att be andra om hjälp att uträtta ärenden på internet är en vattendelare – hälften av icke-användarna anger att de gör det och andra hälften att de aldrig gör det.

Enheter och uppkopplade saker

Datoranvändandet tenderar minska till förmån för mobilen

Diagram 1.8 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder internet på respektive enhet totalt sett (totala stapeln) och dagligen (röd del av stapeln), år 2017-2019

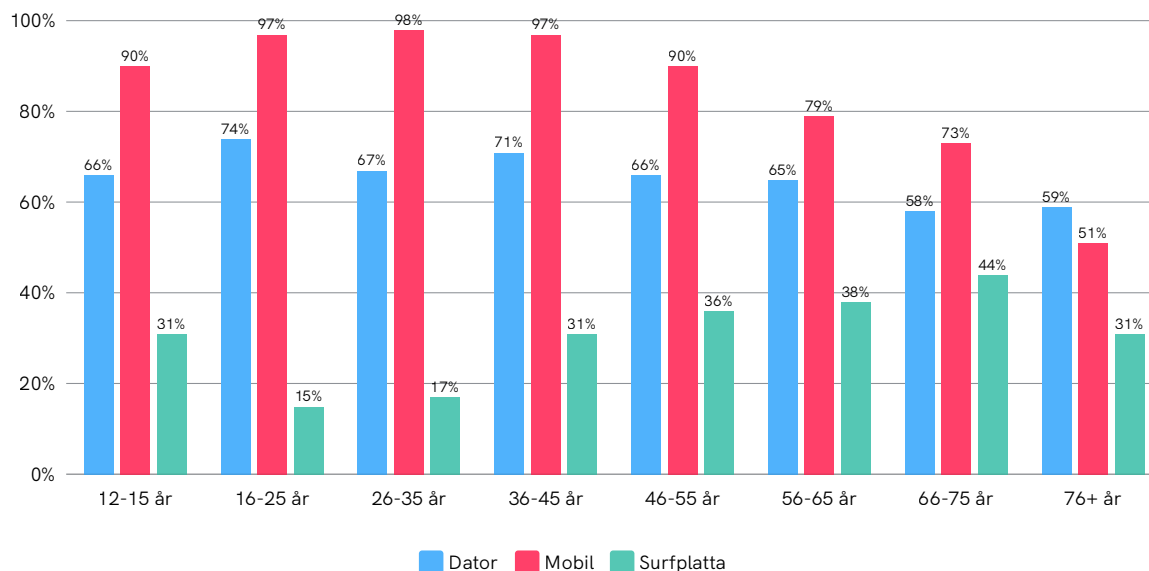


Nästan alla använder internet någon gång via dator (96%) eller mobil (95%). På daglig basis används däremot mobilen (87%) oftare än datorn (67%). Trenden över de senaste åren ser ut att vara att datoranvändandet minskar till förmån för mobilen. Datorn används på daglig basis oftare av män (74%) än av kvinnor (58%). Mobilen används istället dagligen oftare av kvinnor (90%) än av män (85%).

Cirka två tredjedelar använder sig någon gång av surfplatta och knappt en tredjedel använder surfplatta dagligen. Totalt sett har surfplattae användandet både totalt och på daglig basis minskat något från föregående år. Surfplattan används i likvärdig utsträckning av män och kvinnor men användandet skiljer sig något åt i åldrar. (Se diagram 1.9.)

Surfplattan används mest av de mellan 66–75 år

Diagram 1.9 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder dagligen internet i dator, mobiltelefon respektive surfplatta, Åldersfördelning år 2019



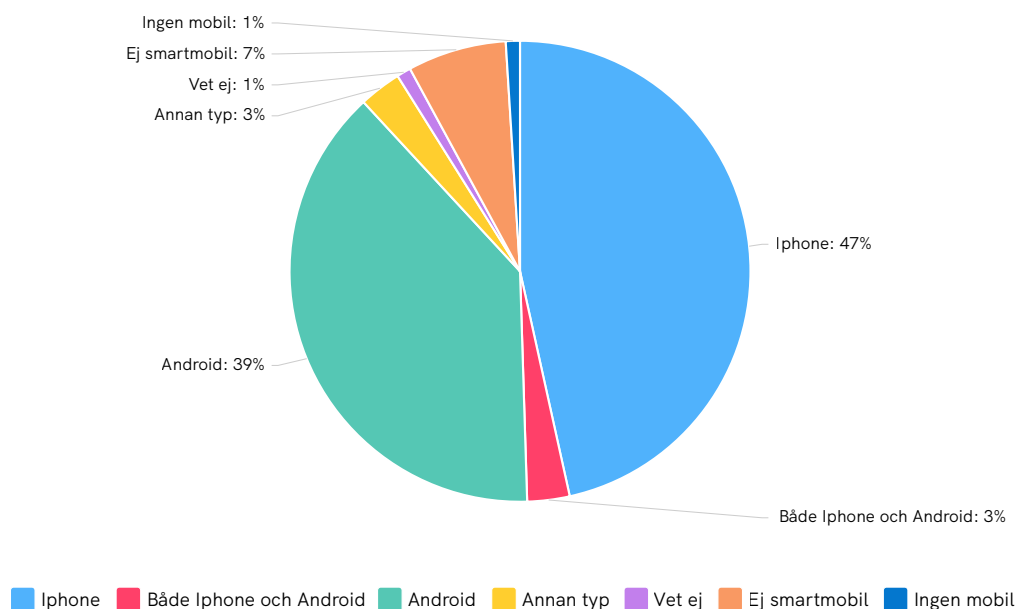
Nästan alla i yngre halvan av internetbefolkningen använder mobilen på daglig basis. De som är 16–25 år använder även datorn i högre grad än genomsnittet. Surfplattan tycks de däremot vara allt mindre intresserade av.

Först efter 35 år börjar surfplattan bli mer gångbar även om både mobil och dator används i högre utsträckning.

De allra äldsta (76+ år) kopplar dagligen oftast upp sig via dator även om mobilen knappar in. I åldersgruppen 66–75 år används mobilen nu oftare än datorn och i denna grupp nyttjas surfplattan mest av alla på daglig basis.

Fler använder Iphone än Android

Diagram 1.10 Andel av befolkningen (12+ år), Mobiltelefoninnehav, år 2019



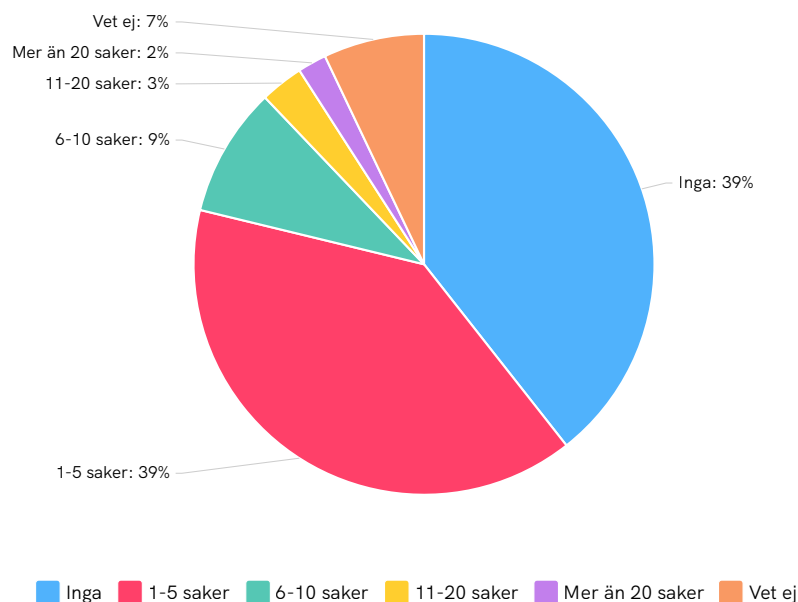
Totalt sett anger 99 procent att de har en mobiltelefon, vilket är en marginell ökning mot föregående år (97%). Andelen som har en smartmobil ligger på 92 procent. Fler svenskar har en Iphone än en Android vilket ligger i linje med år 2018.

Profilen på Iphoneanvändare och Androidanvändare skiljer sig något år. Iphone används i högre utsträckning av kvinnor (54%) än män (42%). Den är också mer populär bland de yngre 12-25 år och i hushåll med en hushållsinkomst på 750 000 SEK eller högre.

Android är i sin tur mer populär bland män (44%) än kvinnor (32%) och används i högre utsträckning av de i åldern 26-55 år.

Antalet uppkopplade saker ökar i hushållen

Diagram 1.11 Andel av befolkningen (16+ år), Antal uppkopplade saker i hushållet, år 2019

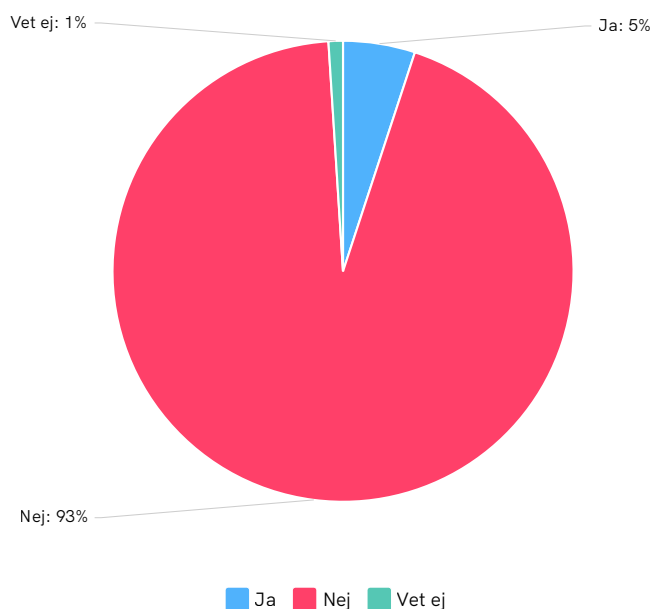


I år anger mer än hälften (54%) att de har någon uppkopplad sak (IoT – Internet of Things), som till exempel klockor, kylskåp och bilar. Förra året, första gången denna företeelse mättes, var motsvarande siffra 50 procent. Det finns en okunskap kring om man har några uppkopplade saker hemma och sannolikt kring vad begreppet "uppkopplad sak" innebär, för liksom föregående år anger 7 procent att de inte vet om de har något dylikt i sitt hushåll.

Det är signifikant fler yngre 16-45 år, drygt 60 procent, som anger att de har uppkopplade saker i sina hushåll. Likaså är det fler män (57%) än kvinnor (50%) som använder sig av "Internet of Things".

1 av 20 har en uppkopplad högtalare

Diagram 1.12 Andel av befolkningen (16+ år), Innehav av uppkopplad högtalare, år 2019

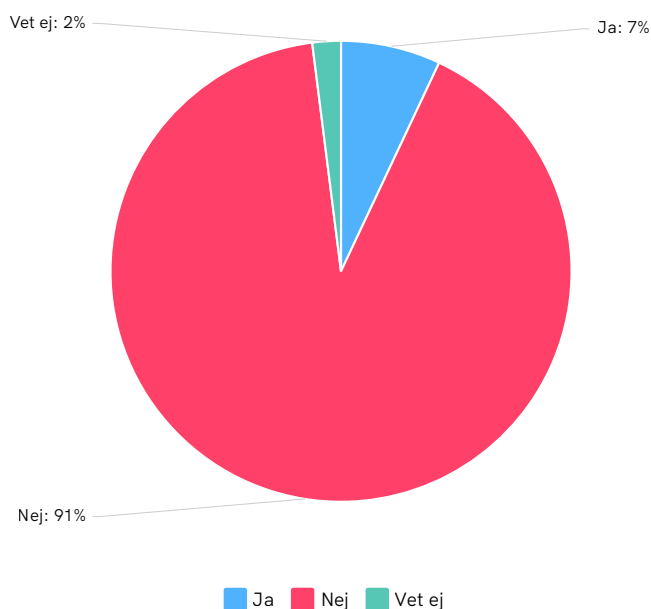


I år är första året som frågan ställs om innehav av en uppkopplad högtalare som går att styra med rösten, som till exempel Google Home eller Amazon Echo. Hela 5 procent av befolkningen anger att de har en sådan.

I åldersgruppen 36–45 år (9%) är en uppkopplad högtalare något mer vanligt förekommande och likaså bland de med en årlig hushållsinkomst på 750 000 SEK eller högre (9%).

Elektroniskt lås finns i 7 procent av de svenska hushållen

Diagram 1.13 Andel av befolkningen (16+ år), Innehav av elektroniskt lås till hemmet, år 2019



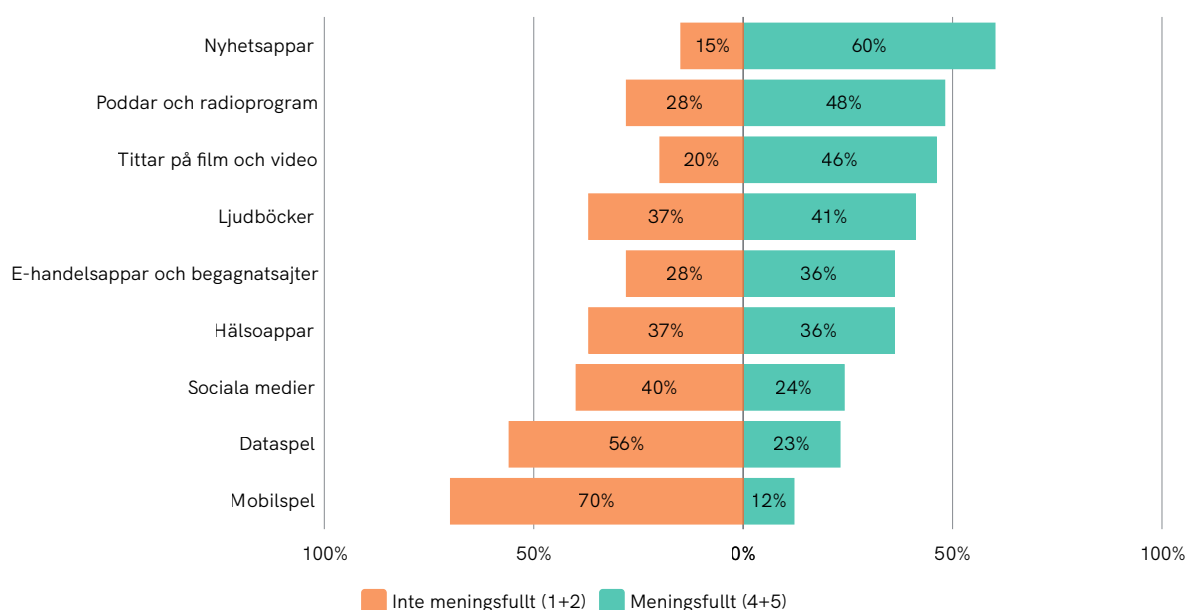
Frågan om innehav av elektroniskt lås i hemmet ställs för första gången i år. Hela 7 procent av befolkningen anger att de har ett sådant.

För den yngre åldersgruppen 16–25 år (10%) är ett elektroniskt lås i hemmet något mer vanligt förekommande och likaså bland de med en årlig hushållsinkomst på 750 000 SEK eller högre (11%). Något färre ensamstående (5%) har ett elektroniskt lås i sitt hushåll.

Meningsfullhet/väl använd tid

Nyhetsappar i topp och mobilspel jumbo i meningsfullhet

Diagram 1.14 Andel av internetanvändarna som använder respektive app/e-tjänst (16+ år), Anser att deras tid används väl/meningsfullt vid användandet av respektive app/e-tjänst, Skala 1–5=Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019



För första gången frågar vi om hur meningsfulla och väl använd tid ett antal utvalda appar/e-tjänster och aktiviteter på internet upplevs av dess användare. Bland dessa hamnar nyhetsappar, poddar/radioprogram och film/video i topp för mest väl använd tid. Minst meningsfulla betraktas mobilspel, dataspel och sociala medier vara.

Frågorna är ställda till de som använder respektive app/e-tjänst. Viktigt att ha i åtanke att det finns många andra olika appar/e-tjänster som kan betraktas som mer eller mindre meningsfulla av dess användare än de som redovisas här. Detta är således ingen totalbild över de mest meningsfulla apparna/e-tjänsterna utan ett axplock som vi jämför ur olika demografiska och sociodemografiska gruppers perspektiv. Läs mer om varje app/e-tjänst under respektive tillhörande kapitel.

Digitala samhällstjänster – underlättar för majoriteten men inte för alla

Sveriges regering har satt ett högt övergripande mål i digitaliseringspolitiken; Sverige ska bli bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter. I globala jämförelser betraktas redan Sverige som ett av världens ledande länder när det gäller digitalisering. Enligt OECD är Sverige exempelvis ledande i användningen av digital teknik och har mindre digitala klyftor än de flesta andra länder. Detta framkommer i OECDs utvärdering av hur myndighetssverige hanterar digital teknik för att effektivisera och utveckla sin verksamhet, beställd av finansdepartementet.³

OECDs rapport pekar också på att vi i Sverige har våra utmaningar. Framförallt handlar det om brist på koordination i den svenska modellen med ett decentraliserat styrelseskick. Koordination är ett förekommande problem även i andra länder men med 290 kommuner, 20 regioner (landsting) och självständiga myndigheter har Sverige en något större utmaning att bemästra. Arbetet med att se om, och i så fall hur, en nationell digital infrastruktur är möjlig för vissa områden har påbörjats. Detta dels för att skattebetalare ska slippa betala för att varje enskild myndighet, kommun och landsting lägger resurser på att bygga en egen digital lösning och dels för att dessa offentliga förvaltningar ska kunna fokusera på sin kärnverksamhet. Det är en av anledningarna till att DIGG, Myndigheten för digital förvaltning, grundades i september 2018.⁴

Vad är då syftet med att digitalisera den offentliga förvaltningen och skapa e-tjänster? Förenklat handlar det om att effektivisera förvaltningsarbetet och dess samhällstjänster med hjälp av internet – från pappershantering till digital hantering. Det ger bland annat kostnadsbesparingar för skattebetalarna, stora miljövinster i minskad pappersförbrukning och ökad service för medborgarna genom ökad tillgänglighet, snabbare processer etcetera.

Nytt för årets undersökning är att vi frågar befolkningen om tio utvalda digitala samhällstjänster. Överlag anser majoriteten av svenskarna att digitala samhällstjänster underlättar för dem vilket Mobilt BankID bidragit stort till. Det finns också en mindre grupp som anser att dessa e-tjänster försvårar, i synnerhet

³ https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-reviews-of-digital-transformation-going-digital-in-sweden_9789264302259-en#page1

⁴ <https://www.digg.se>

bland de äldsta i vårt samhälle. Sett till användande hamnar Skatteverkets digitala tjänster i topp då de används av 74 procent av befolkningen. Skatteverket sporrar oss också att använda en digital brevlåda genom att vi då får skatteåterbäring tidigare, en e-tjänst där annars Danmark och Norge kommit betydligt längre än oss i nyttjandegrad. Ett annat område där våra grannländer ligger före oss är ansökan om bygglov digitalt.

För flera e-tjänster på landstings- och kommunnivå som exempelvis för kollektivtrafiken och sjukvården har myndighetssverige börjat se över vad som kan göras på nationell nivå för att ta vara på digitaliseringens möjligheter. Bland sjukvårdens e-tjänster är vårdappar som ersätter läkarbesök en av de mest omskrivna, men det är inte den som används flitigast. Hittills har 1 av 10 använt den medan sjukvårdens andra e-tjänster som exempelvis tidsbokning online till fysiska läkarbesök nyttjas av drygt 5 av 10 av medborgarna.

Vi har även tittat på konsumtionen av politisk information på nätet och efter ett valår med en utdragen regeringsbildning har intresset av att ta del av politisk information online ökat. Offentlig information från kommuner och myndigheter på nätet ligger i sin tur kvar på samma höga nivå som tidigare år.

Ett begrepp som förekommer i media är pensionsångest. Det blir tydligt i och med att inte ens hälften av svenskarna nyttjar digitala tjänster för pension. Mest aktiva på e-pensionsområdet är de mellan 56–65 år.

För övriga tjänster är det de äldre som hamnar på efterkälken tillsammans med de med lägre utbildning och lägre inkomster. De äldre än 65 år ligger i synnerhet efter när det gäller att ha en digital brevlåda och att nyttja kollektivtrafikens e-tjänster. De med lägst utbildning och de som bor i hushåll med lägst inkomster ligger långt efter i nyttjandet av e-tjänster för pension. Sammantaget risker de med hög ålder, låg inkomst och låg utbildning att hamna i ett utanförskap i det digitala samhället. En utmaning som myndighetssverige brottas med.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Samhällets digitala tjänster – övergripande

- 2.1 Fler än 7 av 10 använder digitala samhällstjänster
- 2.2 Könsskillnader i användandet av digitala tjänster
- 2.3 Fler i stad än på landsbygd använder samhällets digitala tjänster
- 2.4 Äldre hamnar på efterkälken i det digitala samhället
- 2.5 Lågutbildade högriskgrupp för de digitala samhällstjänsterna
- 2.6 Låginkomsttagare långt efter på det digitala pensionsområdet
- 2.7 Majoritet anser att digitala samhällstjänster underlättar

Statliga myndigheters digitala tjänster

- 2.8 3 av 4 använder **Skatteverkets** digitala tjänster
- 2.9 Hälften av svenskarna har en **digital brevlåda**
- 2.10 Mindre än hälften nyttjar digitala tjänster för **pension**
- 2.11 3 av 10 använder **Försäkringskassans** e-tjänster

Landstingens digitala tjänster

- 2.12 7 av 10 använder **kollektivtrafikens** digitala tjänster
- 2.13 5 av 10 nyttjar **sjukvårdens** e-tjänster – 1 av 10 nyttjar **vårdapp**
- 2.14 Fler än 8 av 10 söker efter hälso- och medicinsk information på nätet
- 2.15 Kvinnor finner tid på hälsoappar mer meningsfull än män

Kommunala digitala tjänster

- 2.16 3 av 4 med hemmaboende barn använder en digital **skolplattform**
- 2.17 8 av 10 med barn i förskoleåldern ansöker om **förskoleplats** digitalt
- 2.18 7 procent ansöker om **bygglov** digitalt

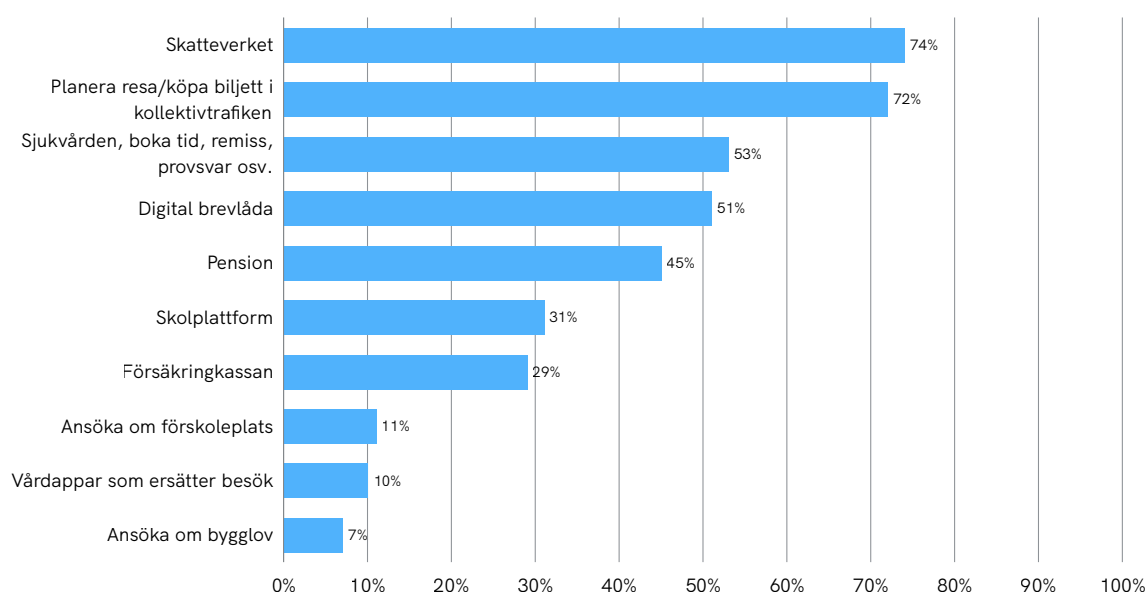
Samhällsinformation – offentlig och politisk

- 2.19 Fler än 8 av 10 tar del av offentlig information på internet
- 2.20 Fler än 7 av 10 tar del av politisk information på internet

Samhällets digitala tjänster – övergripande

Fler än 7 av 10 använder digitala samhällstjänster

Diagram 2.1 Andel av befolkningen (16+ år), Använder respektive digital samhällstjänst, år 2019



Att en samhällstjänst är digital innebär kort och gott att den kan utföras på internet. Diagrammet visar nyttjande av ett antal utvalda e-tjänster totalt sett hos befolkningen (16+ år) i fallande ordning. Det är dock viktigt att ha i åtanke att vissa av tjänsterna nyttjas endast av en mindre andel, som Försäkringskassan, skolplattform och ansökan om förskoleplats och bygglov. För dessa kan det vara mer intressant att se hur de används i sin givna målgrupp än bland allmänheten vilket vi kommer att titta närmare på under respektive e-tjänst. Likaså finns det givetvis många fler digitala tjänster i samhället och detta ska inte ses som en totalbild av användandet av e-tjänster.

En del digitala samhällstjänster kräver en individuell inloggning och för detta anger 76 procent av svenskarna att de använder sig av Mobilt BankID. (Mer om Mobilt BankID i diagram 3.2.) Andra digitala e-tjänster kan användas utan eget konto eller identifikation som exempelvis kollektivtrafikens reseplanerare. Sett till antal inloggningar per år är Skatteverket den mest nyttjade digitala tjänsten i vårt

samhälle enligt Försäkringskassan. Skatteverket (74%) toppar även användandet bland samhällstjänsterna i denna fråga.⁵

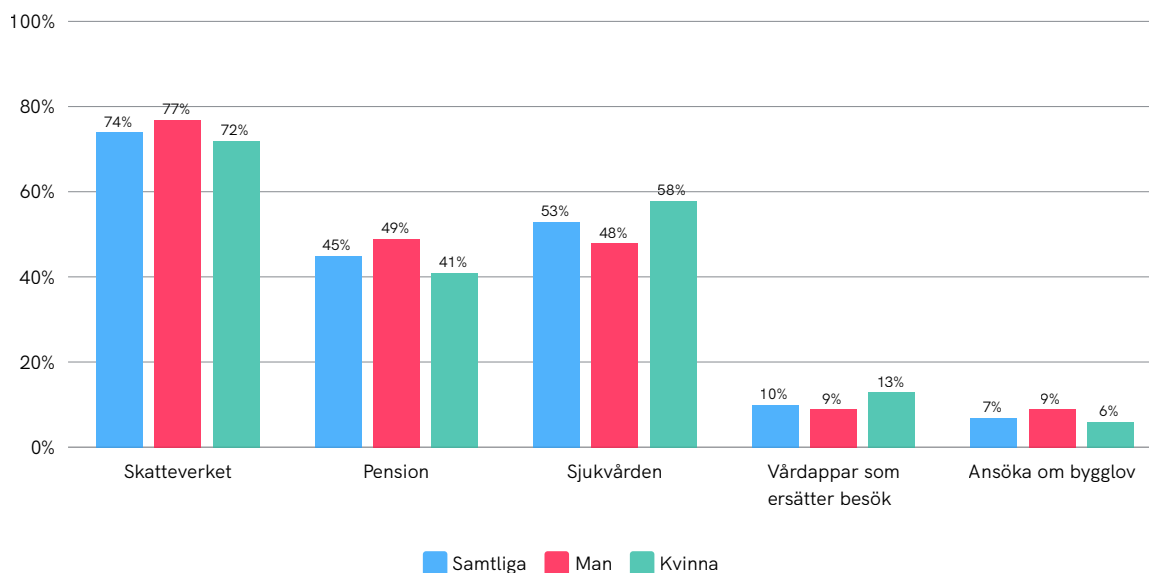
För några av e-tjänsterna – inte alla – finns det signifikanta skillnader mellan kön och mellan boende i stad och på landsbygd. Se diagram 2.2 och 2.3

Ett tydligt utanförskap i det digitala samhället har också utkristalliserat sig. Det förekommer genomgående i tre delgrupper – de äldre, de lågutbildade och låginkomsttagare. Detta ligger även i linje med internetanvändandet i samhället. Med ett så högt internetanvändande som 95 procent i Sverige är skillnaden mellan befolkningen och internetanvändarna i många fall endast marginell. För de samhällstjänster som har majoriteten av befolkningen som målgrupp kommer vi titta mer i detalj på de som riskerar utanförskap och jämföra e-tjänsterna mot varandra. Se diagram 2.4, 2.5 och 2.6.

5 [https://www.forsakringskassan.se/privatpers/nyhetsarkiv!/ut/p/z0/fYxLDoJAEAVPw3LSlyYGlhD_iSs3MBvSSgcasfIMh-jtHT2Au1eVygMHBtjBhRtUHgT7wKXbVElsL3m-ymxytYk9pcd0t0_jQ7Zdwxnc_yA8cDdNLgN3H0TppVD8hqinaiY_DuJ5ocjKuyWlObI1N6zYo9EOxQdlbj1KbWoyT_JqUJaAaNh8NSmMD1d-AEGCkvk!/?](https://www.forsakringskassan.se/privatpers/nyhetsarkiv!/ut/p/z0/fYxLDoJAEAVPw3LSlyYGlhD_iSs3MBvSSgcasfIMh-jtHT2Au1eVygMHBtjBhRtUHgT7wKXbVElsL3m-ymxytYk9pcd0t0_jQ7Zdwxnc_yA8cDdNLgN3H0TppVD8hqinaiY_DuJ5ocjKuyWlObI1N6zYo9EOxQdlbj1KbWoyT_JqUJaAaNh8NSmMD1d-AEGCkvk!/)

Könsskillnader i användandet av digitala tjänster

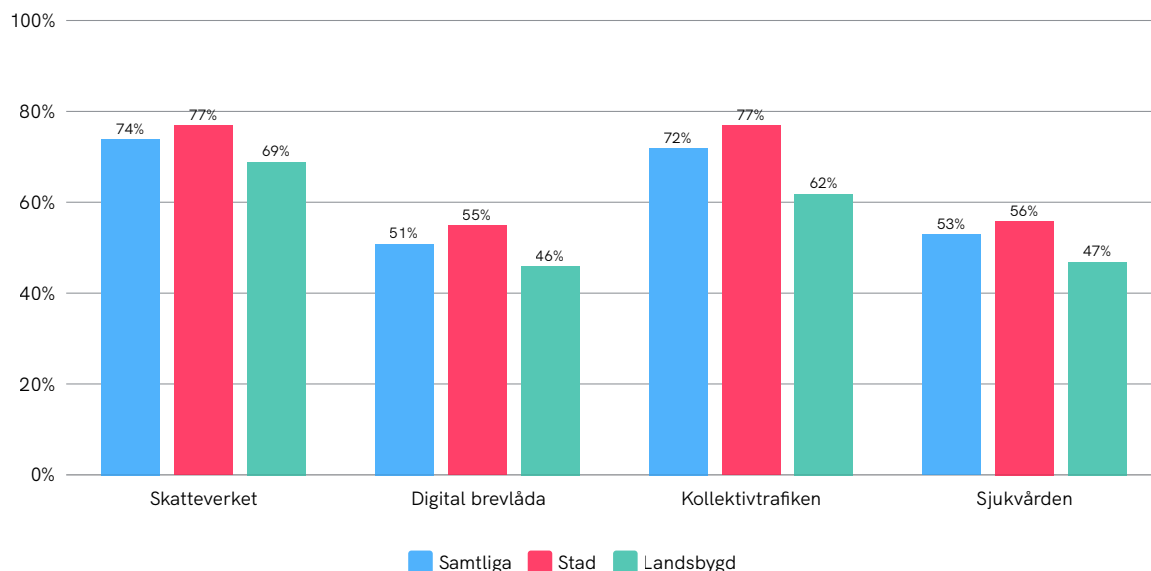
Diagram 2.2 Andel av befolkningen (16+ år), Signifikanta skillnader mellan kön i användandet av digitala samhällstjänster, år 2019



För fem av de utvalda samhällstjänsterna i denna studie finns det signifikanta skillnader mellan män och kvinnor i användandet. Män nyttjar i högre grad e-tjänster som är förknippade med ekonomi som Skatteverket och pension – och även bygglov. Fler kvinnor använder istället de digitala tjänsterna för sjukvård.

Fler i stad än på landsbygd använder samhällets digitala tjänster

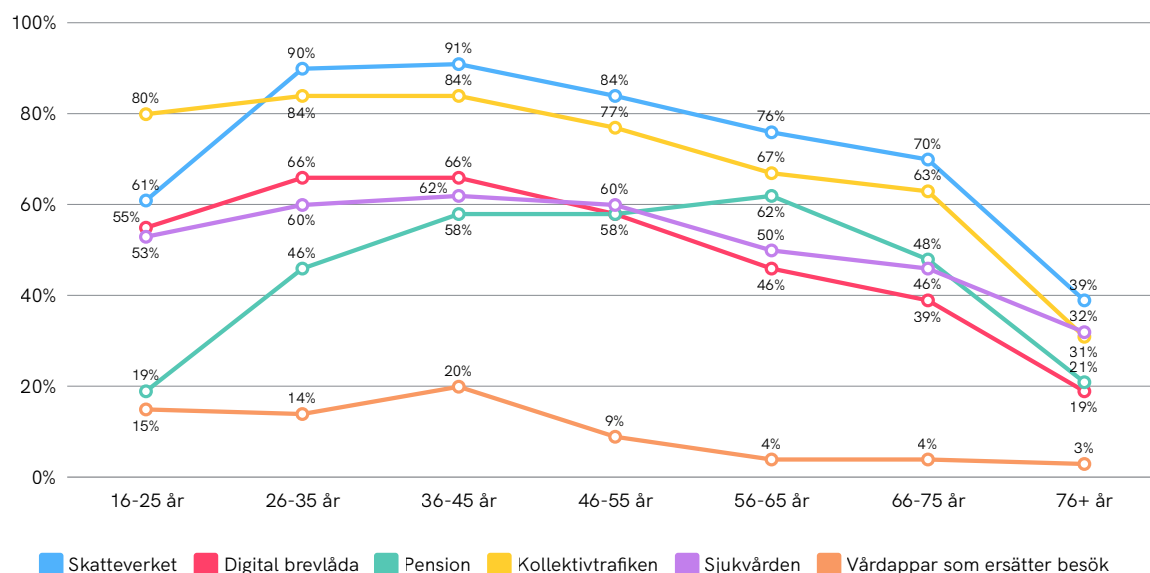
Diagram 2.3 Andel av befolkningen (16+ år), Signifikanta skillnader mellan stad och landsbygd i användandet av digitala samhällstjänster, år 2019



Stadsbor är mer benägna att använda en del digitala samhällstjänster än boende på landsbygd. Det som signifikant sticker ut för de boende i stad är digitala tjänster från Skatteverket, kollektivtrafiken, sjukvården och att ha en digital brevlåda. En förklaring till att stadsbor nyttjar digitala samhällstjänster i högre utsträckning kan vara att fler yngre än äldre nyttjar samhällstjänsterna och rent demografiskt bor fler yngre i städer och fler äldre på landsbygden.

Äldre hamnar på efterkälken i det digitala samhället

Diagram 2.4 Andel av befolkningen (16+ år), Använder respektive digital samhällstjänst, Åldersfördelning, år 2019

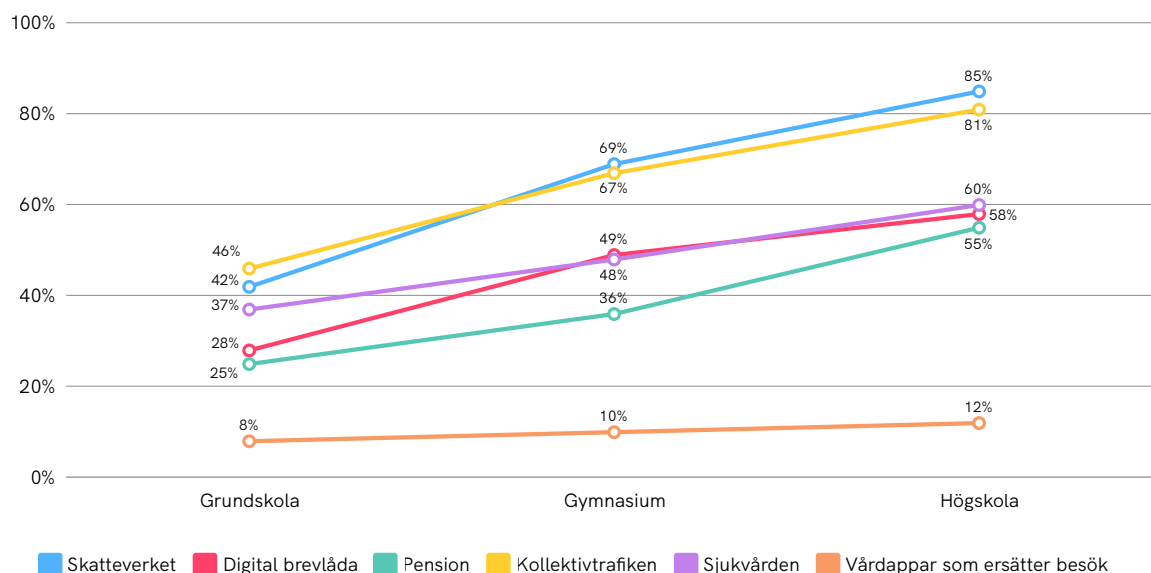


Sett till ålder är det genomgående de äldsta som använder samhällstjänsterna i lägst utsträckning, i synnerhet de över 75 år. I jämförelse med genomsnittet ligger de äldsta framför allt efter i nyttjandet av kollektivtrafikens e-tjänster och digital brevlåda. (Se mer under diagram 2.12 och 2.9.)

Den åldersgrupp som är mest digital i kontakten med dessa samhällsfunktioner är 36-45-åringar. Enda undantaget är digitala tjänster för pension där flest användare är i åldern 55-65 år, alltså när pensionsåldern närmar sig. Där hamnar även 16-25-åringar på en lägre nivå av förklarliga skäl.

Lågutbildade högriskgrupp för de digitala samhällstjänsterna

Diagram 2.5 Andel av befolkningen (16+ år), Använder respektive digital samhällstjänst, Utbildningsnivå, år 2019

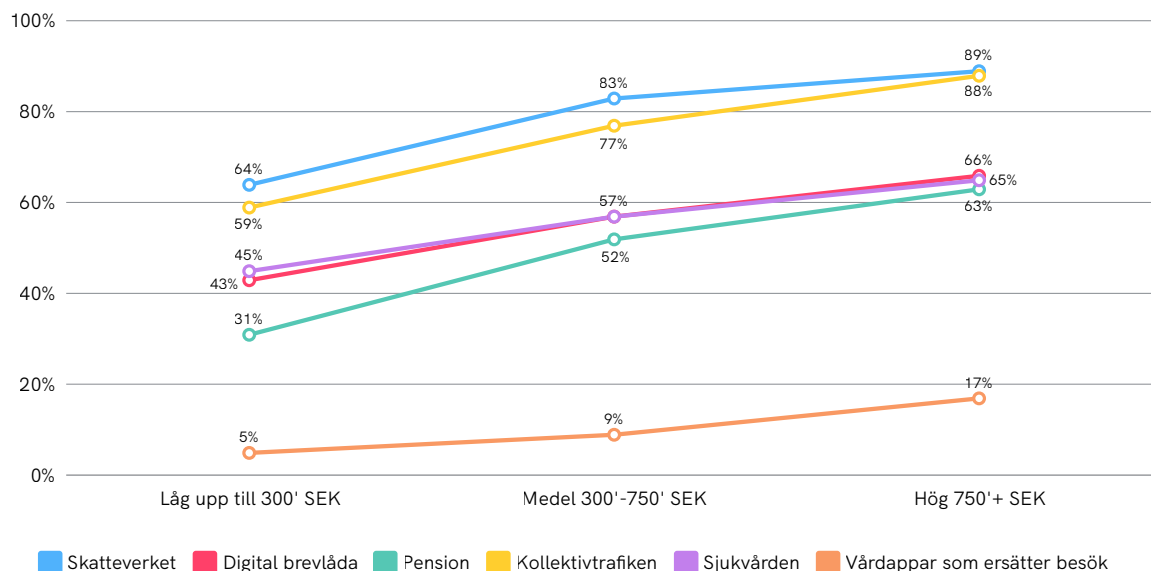


Att endast ha en grundskoleutbildning tenderar vara en av de största riskfaktorerna för att inte ta till sig och använda de digitala samhällstjänsterna. Klyftorna mellan lågutbildades och högutbildades nyttjandegrad är stora, som mest för Skatteverkets digitala tjänster på hela 43 procentenheter. Mer om det under diagram 2.8.

Högutbildade har genomgående överlägset högst nyttjandegrad. I jämförelse med genomsnittet är de i synnerhet aktiva på e-pensionsområdet.

Låginkomsttagare långt efter på det digitala pensionsområdet

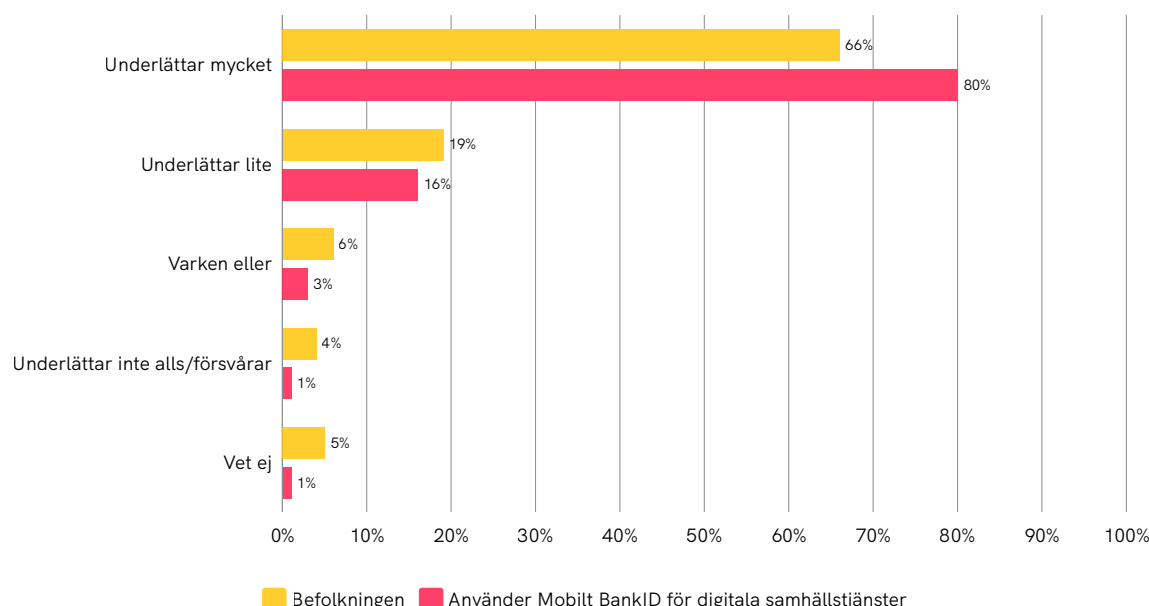
Diagram 2.6 Andel av befolkningen (16+ år), Använder respektive digital samhällstjänst, Årlig hushållsinkomst, år 2019



De med lägst hushållsinkomst halkar också efter, dock inte riktigt lika mycket som de lågutbildade och de äldsta, i nyttjandet av digitala samhällstjänster. I synnerhet vad gäller e-tjänster för pension, där gapet till höginkomsttagare är hela 32 procentenheter. (Se mer under diagram 2.10.) Generellt är klyftorna genomgående mycket stora mellan de med lägst hushållsinkomst och högst hushållsinkomst.

Majoritet anser att digitala samhällstjänster underlättar

Diagram 2.7 Andel av befolkningen (16+ år), Andel som använder Mobilt BankID för digitala samhällstjänster (16+ år), I vilken grad digitala samhällstjänster underlättar för dem, år 2019



Hela 85 procent av Sveriges befolkning (16+ år) anser att digitala samhällstjänster underlättar för dem, varav 66 procent uppger att de underlättar mycket. Bland internetanvändarna anser 89 procent att de underlättar. En bidragande orsak kan vara att för många av samhällets e-tjänster går det att använda Mobilt BankID. Bland befolkningen anger 76 procent (internetanvändarna 79%) att de vid behov använder Mobilt BankID för att nyttja digitala samhällstjänster. Av de som använder Mobilt BankID för digitala samhällstjänster anser hela 95 procent att dessa e-tjänster underlättar för dem. (Mer om Mobilt BankID i diagram 3.2.)

Män och kvinnor anser i lika hög grad att digitala samhällstjänster underlättar för dem. Däremot är de med hemmaboende barn (94%) mer hjälpta än befolkningen i stort. Mest hjälpta känner sig de i höginkomsthushåll (97%).

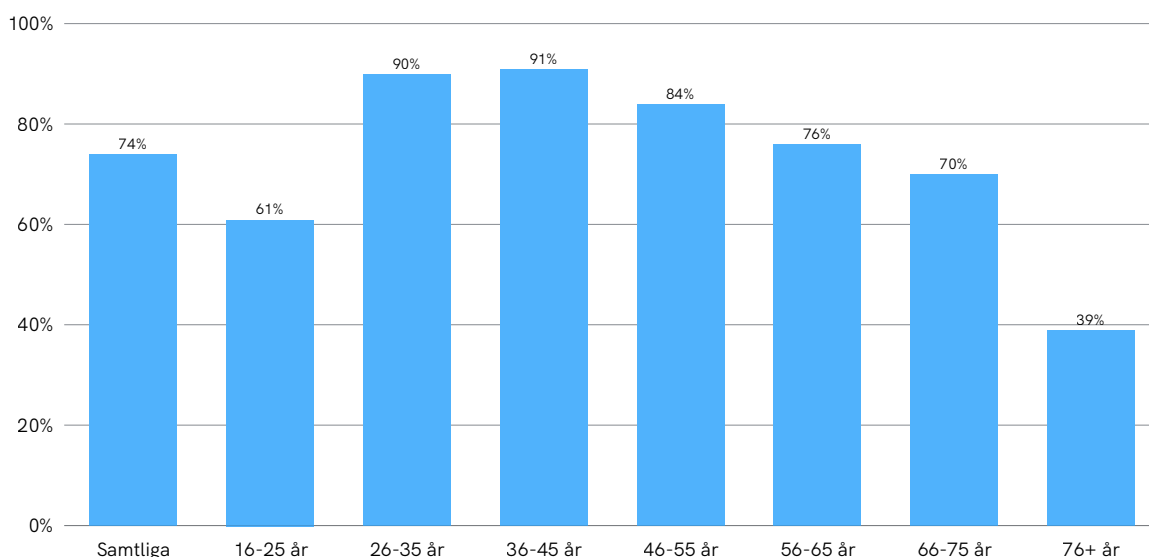
Även här finns ett större gap i hushållsinkomst- och utbildningsnivå och i ålder. Minst hjälpta känner sig de som är 76 år eller äldre (49%) där var femte (18%) tycker att e-tjänsterna försvårar för dem. Det är viktigt för samhället att ta höjd för att vissa grupper har lång vana av tidigare tillvägagångssätt att göra ärenden. För grupper med lägre utbildning, lägre inkomster samt de äldsta kan det därför finnas en längre startsträcka och högre trösklar för att ta till sig de nya möjligheterna som digitaliseringen innebär. De kanske inte ser hur dessa tjänster underlättar för just dem, och denna del av befolkningen riskerar då att hamna i ett digitalt utanförskap. Nedan visas en kort översikt av några grupper där signifikant fler eller färre anser att digitala samhällstjänster underlättar, i jämförelse med befolkningen (85%).

Signifikant fler		Signifikant färre
Högskola (91%)	-	(65%) Grundskola
Hushållsinkomst 750'+ SEK (97%)	-	(75%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
26-45 år (96%)	-	(68%) 66+ år eller äldre
Stad (87%)	-	(82%) Landsbygd

Statliga myndigheters digitala tjänster

3 av 4 använder Skatteverkets digitala tjänster

Diagram 2.8 Andel av befolkningen (16+ år), Använder Skatteverkets digitala samhällstjänster, Åldersfördelning år 2019



Skatteverket ligger i framkant vad gäller digitala tjänster bland svenska myndigheter. Deras digitala tjänster och beräkningsverktyg har omskrivits i media som lättillgängliga, användarcentrerade och till och med "busenkla". Bland annat av nättidningen Internet World som utsåg Skatteverket till vinnare i sin *"Topp100 2018: Här är de 5 bästa myndigheterna på nätet"* och tidigare kallat dem "E-tjänsternas okrönte mästare". Skatteverket uppger själva i ett pressmeddelande

att de under många år haft en ökande digital trend. På fem år har exempelvis de som deklarerat digitalt ökat med över en miljon personer.^{6,7}

Skatteverkets digitala tjänster berör praktiskt taget hela befolkningen som till exempel deklaration, flyttanmälan och personbevis. Deklarerar gör alla som har någon form av inkomst (inklusive pension, utdelning på aktier med mera) en gång varje år. Skatteverkets digitala tjänster är de mest nyttjade av myndighetstjänster sett till antal inloggningar och bland svenskarna anger 74 procent att de använder dessa e-tjänster. Bland internetanvändarna är motsvarande siffra 78 procent.

Av naturliga skäl anger fler av de mellan 16–25 år (24%) att det är inte relevant för dem (än). Det är för övrigt ett stort gap mellan yngre och äldre, där endast 39 procent av de allra äldsta över 75 år nyttjar e-tjänsterna. Gapen är också stora mellan högutbildade och lågutbildade, och mellan höginkomsttagarhushåll och låginkomsttagarhushåll. Utöver en generellt lägre digital mognad hos dessa grupper kan en förklaring ligga i att det i många fall går att deklarerat via SMS utan att en e-tjänst eller internet behövs, och att de då inte haft behov av eller varit motiverade att ta till sig Skatteverkets digitala tjänster. Se nedan för en översikt över vilka grupper som i jämförelse med befolkningen (74%) använder Skatteverkets digitala e-tjänster i högre och lägre utsträckning.

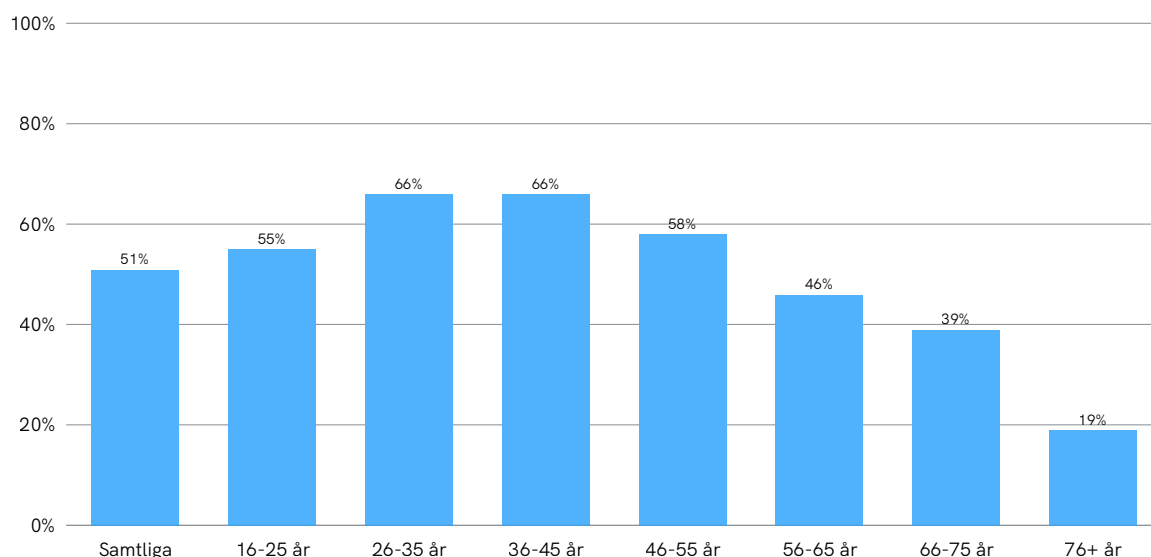
Signifikant fler		Signifikant färre
Högskola (85%)	-	(42%) Grundskola
Hushållsinkomst 750' + SEK (89%)	-	(64%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
26–45 år (91%)	-	(58%) 66+ år eller äldre
Stad (77%)	-	(69%) Landsbygd

⁶ <https://www.skatteverket.se/omoss/press/pressmeddelanden/2019/2019/rekordmangadeklareradedigitalt.5.8bcb26d16a5646a1489ab.html>

⁷ <https://topp100.idg.se/2.39772/1.698731/topp100-2018-myndigheter>

Hälften av svenskarna har en digital brevlåda

Diagram 2.9 Andel av befolkningen (16+ år), Använder digital brevlåda, Åldersfördelning år 2019



En digital brevlåda är en e-tjänst för e-meddelanden som funnits sedan år 2012 i Sverige. Den kräver inloggning med e-legitimation som exempelvis Mobilt BankID, och kan endast ta emot elektroniska meddelanden – det går ej att vidarebefordra dem. Det är två anledningar till att den digitala brevlådan är säkrare än vanlig e-post. I Sverige finns idag fyra leverantörer av digitala brevlådor; Kivra, Digimail, E-boks och Min Myndighetspost. Statens digitala brevlåda är Min Myndighetspost där mottagaren endast får meddelanden från myndigheter och kommuner. Andra leverantörer tillhandahåller även kundmeddelanden från företag.

Sverige har länge legat efter våra grannländer i användningen av digitala brevlådor. En förklaring ligger i skillnader i politik och lagstiftning för digitalisering. I Danmark har digitala brevlådor över 80 procent täckning. Där är det tvång för företag och privatpersoner att ha en digital brevlåda men på avsändarsidan finns ingen tvingande lagstiftning. Det uppges ha sparat in hundratals miljoner i portokostnader och givit enorma miljövinster i form av minskad pappersförbrukning – och en i majoritet positivt inställd befolkning som inte saknar fönsterkuverten.⁸

I Sverige finns idag inga krav på att ha en digital brevlåda och även om vi fortfarande ligger något efter så börjar vi komma ikapp med rejäla kliv. Idag anger hälften (51%) av befolkningen (16+ år) och 54 procent av internetanvändarna att de använder sig av en digital brevlåda. Enligt tidningen Ny teknik var motsvarande

8 <https://www.nyteknik.se/digitalisering/svenskar-samst-i-skandinavien-pa-att-anvanda-digitala-brevlador-6879073>

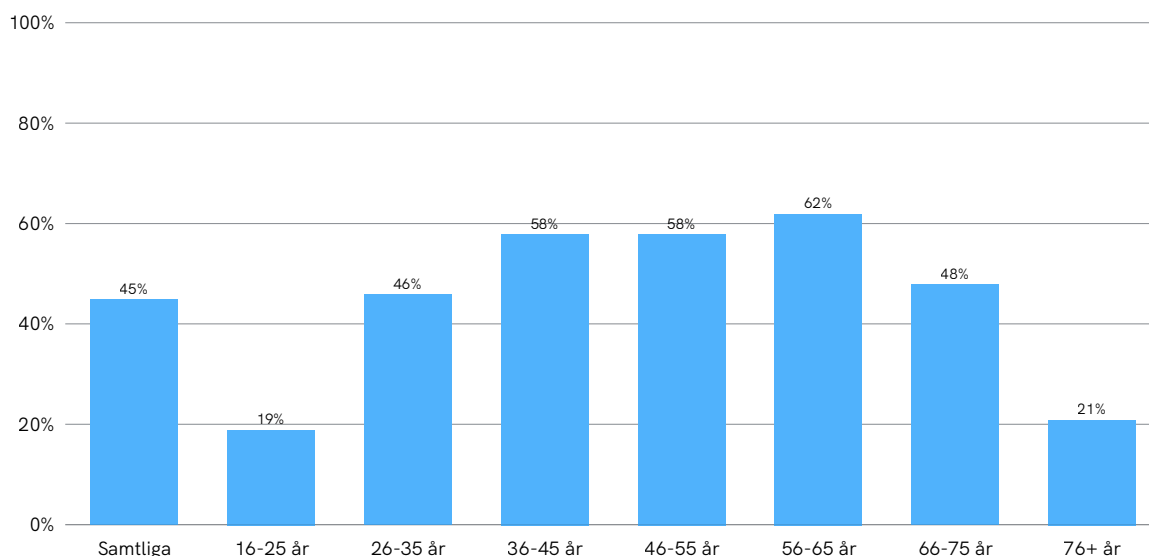
siffran 20 procent år 2017.⁹ Ökningen kan högst sannolikt bero på att Skatteverket sporrar oss att skaffa en digital brevlåda om vi vill ha snabbare skatteåterbäring.

Vilka är det då i befolkningen som i signifikant högre och lägre grad har en digital brevlåda i jämförelse med befolkningen (51%)? Nedan listar vi de parametrar som särskiljer sig. De som i synnerhet halkat efter är de lågutbildade och de äldsta i samhället. Bland de över 75 år har endast 19 procent en digital brevlåda.

Signifikant fler		Signifikant färre
Högskola (58%)	-	(28%) Grundskola
Hushållsinkomst 750'+ SEK (66%)	-	(43%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
26-45 år (66%)	-	(32%) 66+ år eller äldre
Stad (55%)	-	(46%) Landsbygd

Mindre än hälften nyttjar digitala tjänster för pension

Diagram 2.10 Andel av befolkningen (16+ år), Använder digitala tjänster för pension, Åldersfördelning år 2019



På pensionsområdet finns digitala tjänster både från staten och privata aktörer. Många svenskar upplever pensionen som komplicerad och krånglig, bland annat för att den består av olika delar; den allmänna statliga pensionen, eventuell tjänstepension från ibland flera olika arbetsgivare och eventuellt eget pensionssparande. Pensionsmyndigheten, statens myndighet som har det samlade ansvaret för den allmänna pensionen, arbetar med att utveckla digitala tjänster

9 <https://www.dagenssamhalle.se/debatt/digital-myndighetspost-sparar-stora-resurser-16258>

för pension åt medborgarna. De ansvarar bland annat för det orangea kuvertet, som endast ger ett årsbesked för den allmänna pensionen (ej övriga delar), som går att få till en digital brevlåda istället för i ett fönsterkuvert. För att se hela sin pension har dels Pensionsmyndigheten och de privata pensionsinstituten utvecklat en pensionsportal Minpension.se och dels tillhandahåller Pensionsmyndigheten en egen digital tjänst kallad Mina sidor.

Pension berör majoriteten av befolkningen, till exempel får alla som arbetat eller bott i Sverige allmän pension som grundas på alla inkomster vi betalar skatt för, alltså inte bara lön utan även studiebidrag, arbetslöshetsersättning, sjukersättning, föräldrapenning etcetera. Ändå anger endast 45 procent av befolkningen (16+ år) att de nyttjar de digitala tjänsterna för pension. Bland internetanvändarna är motsvarande siffra 47 procent. Hela 17 procent av befolkningen anser inte att dessa e-tjänster är relevanta. Yngre i betydligt högre utsträckning än de som närmar sig pensionsåldern, men även de med lägst utbildning och hushållsinkomst ser inte e-tjänsterna som relevanta för dem. En förklaring kan som sagt ligga i att det upplevs som komplicerat av ovan nämnda skäl. I media finns många artiklar som talar om "pensionsångest", närmare bestämt något vi känner att vi borde ta tag i men gärna skjuter på framtiden.

Det sägs att måttlig stress kan göra oss effektiva. Sett till ålderskurvan verkar det stämma in på oss svenskar på pensionsområdet. Först efter 35 års ålder nyttjar mer än hälften digitala tjänster för pension, för att "peaka" mellan 56–65 år (62%). För de som har nått pensionsåldern kan digitala tjänster som att till exempel se pensionsutbetalningar, beställa pensionärsintyg, ansöka om bostadstillägg och äldreförsörjningsstöd vara högaktuella. Ändå nyttjar endast 38 procent dessa tjänster efter 65 år, och endast 21 procent efter 75 år.

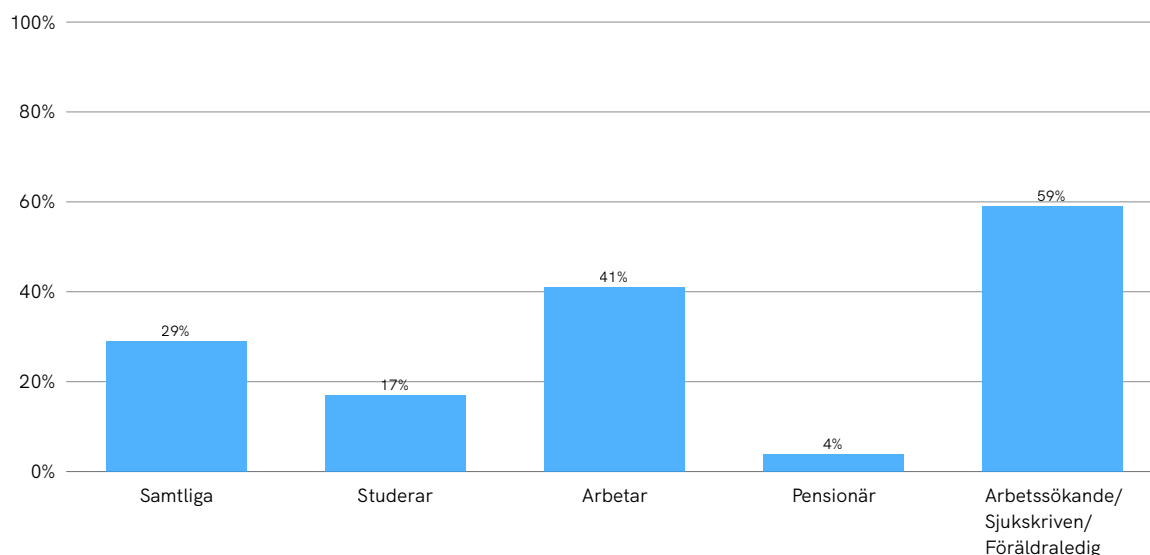
De i höginkomsthushåll har högst nyttjandegrad av alla (se diagram 2.5). En orsak kan vara att de troligen har tjänstepension och eventuellt får rådgivning via sin arbetsgivare och mer stöd än andra grupper. Lågutbildade, de i låginkomsttagarhushåll och de med funktionsvariation är däremot de som har lägre användning. De får sannolikt i lägre utsträckning tjänstepension, kanske har färre ett eget pensionssparande och eventuellt upplever de att morötterna är för små eller för få för att de ska ta till sig e-tjänsterna i detta komplexa system?

Se nedanstående översikt för vilka grupper som i jämförelse med befolkningen (45%) använder e-tjänster för pension i högre och lägre utsträckning.

Signifikant fler		Signifikant färre
Högskola (55%)	-	(25%) Grundskola
Hushållsinkomst 750'+ SEK (63%)	-	(31%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
Man (49%)	-	(41%) Kvinna
Har inte funktionsvariation (47%)	-	(28%) Har funktionsvariation

3 av 10 använder Försäkringskassans e-tjänster

Diagram 2.11 Andel av befolkningen (16+ år), Använder Försäkringskassans digitala tjänster, Sysselsättning år 2019



Försäkringskassan, en av Sveriges största statliga myndigheter, har gjort digitaliseringen av sina tjänster till en central del av sin verksamhetsutveckling.¹⁰ E-tjänster finns bland annat för att ansöka om olika bidrag och det går att följa sina ärenden digitalt på en tjänst kallad "Mina sidor". Försäkringskassan ansvarar för stora delar av socialförsäkringen som omfattar i princip alla som bor eller arbetar i Sverige. I befolkningen i stort använder 29 procent Försäkringskassans digitala tjänster och bland internetanvändarna 30 procent.

Dock nyttjas Försäkringskassan endast vid behov under olika skeden i livet av framförallt barnfamiljer, långtidssjuka, arbetssökande och personer med funktionsvariation. Bland de i befolkningen med hemmaboende barn skjuter användandet i höjden till 76 procent, men för de med en funktionsvariation är siffran endast 31 procent.

När vi tittar på sysselsättning, där vi lagt ihop sjukskrivna, arbetssökande och föräldralediga (för att få tillräckligt många sammantaget för att kunna uttala oss om dem) ser vi att runt 60 procent använder e-tjänsterna. Det är fler än genomsnittet men ändå är det runt 40 procent som inte nyttjar Försäkringskassans e-tjänster trots att de är deras huvudsakliga målgrupp. Bör vi fråga oss om de som mår dåligt, är sjuka, står utan jobb eller har en funktionsvariation har ork, möjlighet eller teknisk kunskap att till sig de digitala tjänsterna?

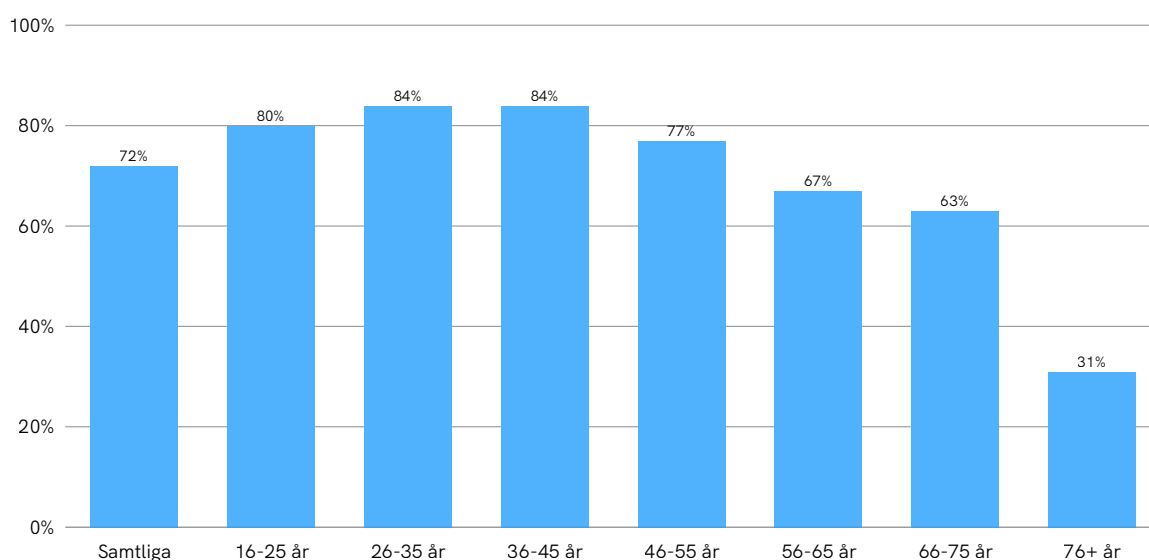
10 <http://digitaltforst.se/digitalisering-en-forutsattning-for-utvecklingen-pa-fk/>

I befolkningen finns inga signifikanta skillnader för nyttjandegraden av Försäkringskassans e-tjänster mellan män och kvinnor, eller om man är bosatt i en stad eller på landsbygden, men även här dominerar de i hushåll med högst årlig inkomst och/eller högskoleutbildning.

Landstingens digitala tjänster

7 av 10 använder kollektivtrafikens digitala tjänster

Diagram 2.12 Andel av befolkningen (16+ år), Använder kollektivtrafikens digitala tjänster, Åldersfördelning år 2019



Kollektivtrafikens digitala resa går snabbt framåt med exempelvis digitala biljetter, andra e-betalningslösningar och reseplanerare. Möjligheterna är stora och målen är högt satta. Exempelvis har regeringen beslutat att se över möjligheterna för ett nationellt digitalt biljettsystem i kollektivtrafiken för att i så fall införas år 2022. Kollektivtrafiken styrs av regionala trafikmyndigheter på landstingsnivå och har idag separata biljettsystem vilket ibland upplevs som hämmande för den digitala utvecklingen i branschen.^{11, 12} Kollektivtrafikens digitala tjänster används av 72 procent av svenskarna och 75 procent av internetanvändarna. Högst är användandet i åldern 26-45 år (84%) och planar sedan ut ju äldre resenärerna blir.

11 <https://www.regeringen.se/tal/20192/01/regeringsforklaringen-den-21-januari-2019/>

12 <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/Mg0MLr/nationellt-system-for-kollektivtrafik-infors>

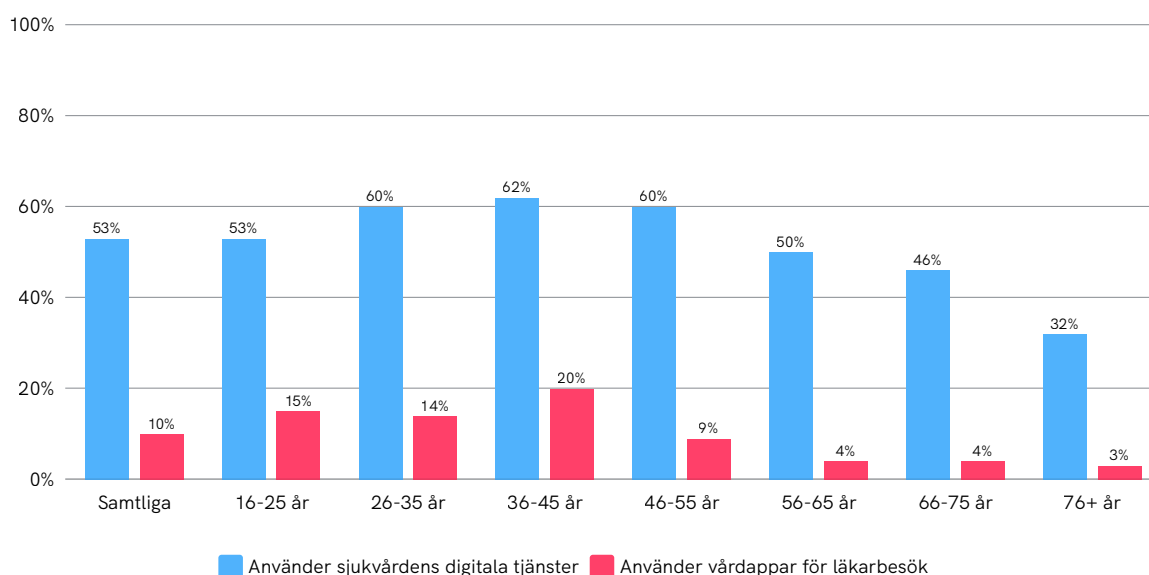
Endast hälften av de som är äldre än 65 år nyttjar e-tjänsterna och blott 31 procent av de äldre än 75 år. Även de med en funktionsvariation (48%) nyttjar e-tjänsterna i lägre grad.

Stadsbor, där det kollektiva utbudet i många fall är större och mer tillgängligt, har generellt en något högre nyttjandegrad än de som bor på landsbygden. Det skiljer sig åt i hushållsinkomst där fler höginkomsthushåll nyttjar tjänsterna än i låginkomsthushåll. Dock är de i låginkomsthushåll något mer frekventa användare än andra utsatta grupper som äldre och lågutbildade. (Se även diagram 2.5, 2.6.) Se nedanstående översikt för vilka grupper som i jämförelse med befolkningen (72%) använder kollektivtrafikens digitala tjänster i högre och lägre utsträckning.

Signifikant fler		Signifikant färre
Högskola (81%)	-	(46%) Grundskola
Hushållsinkomst 750'+ SEK (88%)	-	(59%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
26-45 år (84%)	-	(51%) 66+ år eller äldre
Har inte funktionsvariation (75%)	-	(48%) Har funktionsvariation
Stad (77%)	-	(62%) Landsbygd

5 av 10 nyttjar sjukvårdens e-tjänster – 1 av 10 nyttjar vårdapp

Diagram 2.13 Andel av befolkningen (16+ år), Använder sjukvårdens digitala tjänster respektive vårdappar för läkarbesök, Åldersfördelning år 2019



Regeringens vision är att Sverige ska vara bäst i världen på e-hälsa år 2025. Målsättningen är att öka digitaliseringen i hälso- och sjukvården, och de digitala vårdtjänsterna är på frammarsch. Några exempel är e-recept, e-remsor och

onlinebokning av tid hos läkare. Just tidsbokning online har ökat med närmare 400 procent under de senaste två åren i Stockholm.¹³ Utveckling inom vården av olika hälsoappar inriktade på medicin och omvårdnad pågår och redan idag kan man exempelvis monitorera hjärtat, hantera diabetes etcetera.

Digitala läkarbesök via vårdappar utförs både i landstingens och den privata sektorns regi. Enligt en kartläggning från SVT Nyheter Örebro har antalet digitala vårdbesök ökat från 200 000 till över 550 000 under 2018.¹⁴ Notan för nätläkarna har också blivit hög vilket varit omdiskuterat. Nu har dock landstingen på allvar tagit upp konkurrensen med de privata aktörerna. Region Stockholm har exempelvis lanserat vårdappen "Alltid öppet".

Generellt i befolkningen uppger 53 procent att de använder sjukvårdens digitala tjänster, bland internetanvändarna är motsvarande siffra 55 procent. En vanlig digital tjänst i sjukvården är tidsbokning online till ett fysiskt läkarbesök. Vad gäller vårdappar som ersätter läkarbesök så nyttjar idag 1 av 10 dessa.

Sjukvården är givetvis till för alla men i nyttjandet av denna tjänst behövs hänsyn tas till att behovet kan vara större i vissa grupper än andra. Många av våra äldre är i högre grad i behov av sjukvård. Dock använder endast 40 procent av de äldre än 65 år sjukvårdens e-tjänster och blott 4 procent gör digitala läkarbesök. Bland de över 75 år är motsvarande siffror 32 procent respektive 3 procent. Äldre har generellt en lägre digital mognad och kan därmed inte tillgodogöra sig nyttan av e-tjänsterna vilket är en utmaning som myndighetssverige tar i beaktning.

På landsbygden, där avstånden till vården ofta är längre än i städerna, borde nyttjandet av sjukvårdens digitala tjänster kunna vara högre än i städerna men förhållandet är det motsatta. Det kan delvis förklaras av demografiska skäl, det vill säga att det är fler äldre bosatta i glesbygd och fler yngre i städerna. Användandet av vårdappar för läkarbesök skiljer sig inte signifikant åt i stad och på landsbygd. Barnfamiljer tenderar att nyttja dessa tjänster mer än andra, i synnerhet digitala läkarbesök. Kvinnor är också generellt i högre grad användare än män.

Utbildning är en intressant faktor. För digitala tjänster i vården är totalt sett är klyftan mellan hög och låg utbildning stor, där de lågutbildade riskerar att hamna utanför den digitaliserade vården. För vårdappar som ersätter läkarbesök finns dock ingen signifikant skillnad i utbildning (Se diagram 2.5). Det framgår dock tydligt att de som riskerar att hamna utanför den digitala sjukvården totalt sett, utöver vårdappar, ändå är de med lägst utbildning och de som är äldre än 65 år – i synnerhet de allra äldsta över 75 år.

Se nedanstående översikt för vilka grupper som i jämförelse med befolkningen använder sjukvårdens digitala tjänster respektive vårdappar för läkarbesök i högre och lägre utsträckning.

13 <https://www.dn.se/sthlm/snart-ar-digital-kontakt-det-vanligaste-i-primarvarden-i-stockholm/>

14 <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/orebro/notan-for-natlakarna-2018-over-en-kvarts-miljard>

Sjukvårdens digitala tjänster – Används av 53% av befolkningen

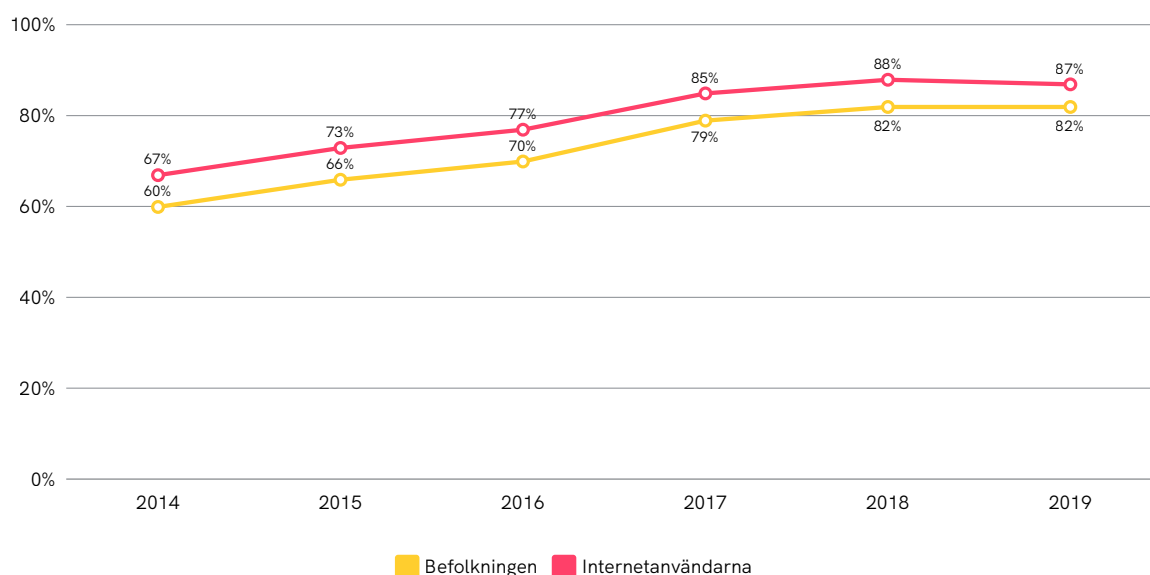
Signifikant fler	Signifikant färre
Högskola (60%)	(37%) Grundskola
Hushållsinkomst 750'+ SEK (65%)	(45%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
26–55 år (60%)	(40%) 66+ år eller äldre
Kvinnor (58%)	(48%) Män
Stad (56%)	(47%) Landsbygd

Vårdapp för läkarbesök – Används av 11% av befolkningen

Signifikant fler	Signifikant färre
Hushållsinkomst 750'+ SEK (17%)	(5%) Hushållsinkomst upp till 300' SEK
36–45 år (20%)	(4%) 66+ år eller äldre
Kvinnor (13%)	(9%) Män
Har hemmaboende barn (18%)	(9%) Har ej hemmaboende barn

Fler än 8 av 10 söker efter hälso- och medicinsk information på nätet

Diagram 2.14. Andel av befolkningen (16+ år), Andel av internetanvändarna (16+ år), Tar del av hälso- och medicinsk information på internet, år 2014–2019



Majoriteten av befolkningen söker efter hälso- och medicinsk information på nätet. En av de främsta källorna på nätet för denna typ av information är

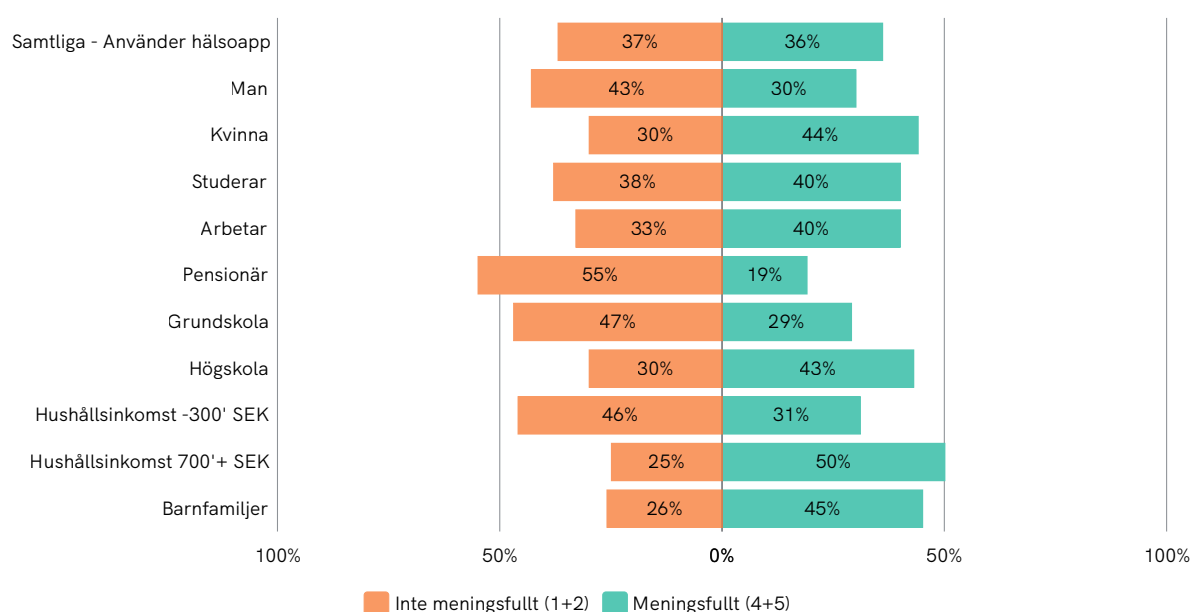
1177 Vårdguiden, en e-tjänst vars syfte är att ge kunskap och råd om vård samt guida till att ta kontakt med rätt vårdinstans vid behov.

I linje med förgående år uppger 82 procent av befolkningen att de söker efter medicinsk information på nätet vilket är en betydligt större andel än de som uppger att de använder sjukvårdens digitala tjänster (53%) och de som ersätter läkarbesök med en vårdapp (11%). Ser vi till sökandet i bland just de som använder sjukvårdens digitala tjänster och vårdappar för att ersätta läkarbesök är det mycket högt på 95 procent i båda grupperna.

De som i högre grad söker denna information är bland annat de som har hemmaboende barn (93%), bor i ett höginkomsttagarhushåll (93%), är mellan 26–45 år (91%), är högutbildade (88%), bor i stad (84%) eller är kvinnor (84%).

Kvinnor finner tid på hälsoappar mer meningsfull än män

Diagram 2.15 Andel användare av hälsoappar (16+ år), i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid användande av hälsoappar, Skala 1–5 5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019



De senaste åren har privata aktörer lanserat mängder av olika hälsoappar för att mäta olika hälsoaspekter som till exempel sömn, puls, antal steg per dag samt registrera kost- och alkoholintag och annat inom området hälsa. Bland de internetanvändare som anger att de använder en hälsoapp som till exempel Lifesum eller Runkeeper finner 36 procent att deras tid används meningsfullt och ungefär lika många (37%) tycker istället inte att tiden är väl använd.

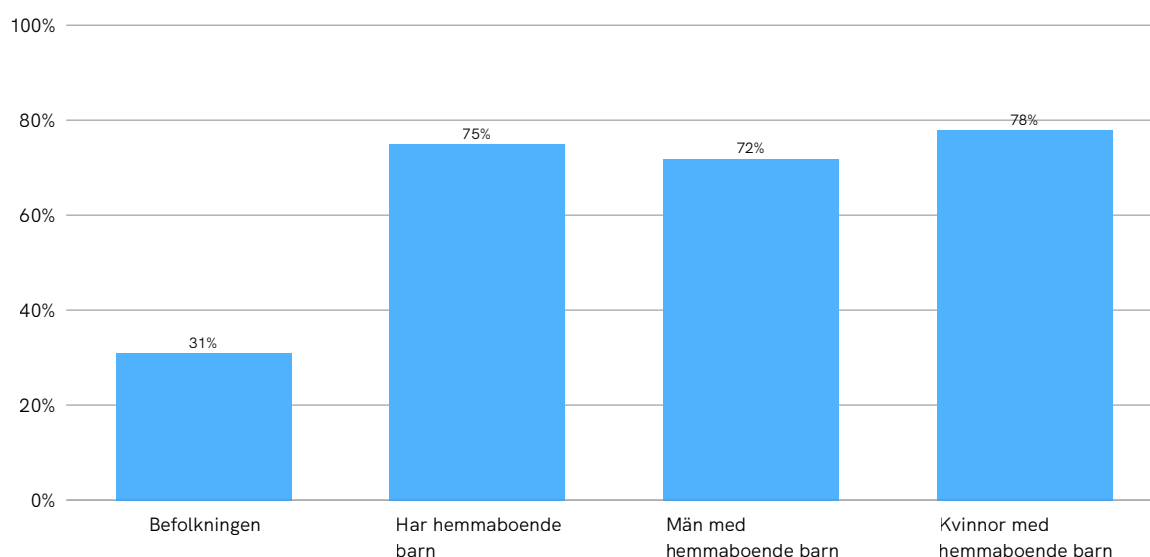
De i höginkomsthushåll är betydligt mer positiva än genomsnittet och i synnerhet i jämförelse med låginkomsthushåll. Likaså är kvinnor betydligt mer positiva än män. Fler med hemmaboende barn anser också att denna tid är mer meningsfull.

Åldersmässigt är de mest positiva 36–45 år (47%) och de minst positiva 66+ år (19%). Det matchar även att färre användare bland pensionärer ser meningsfullheten i dessa appar än de som studerar och arbetar.

Kommunala digitala tjänster

3 av 4 med hemmaboende barn använder en digital skolplattform

Diagram 2.16 Andel av befolkningen (16+ år) samt andel med hemmaboende barn i förskoleålder, Använder skolplattform, år 2019



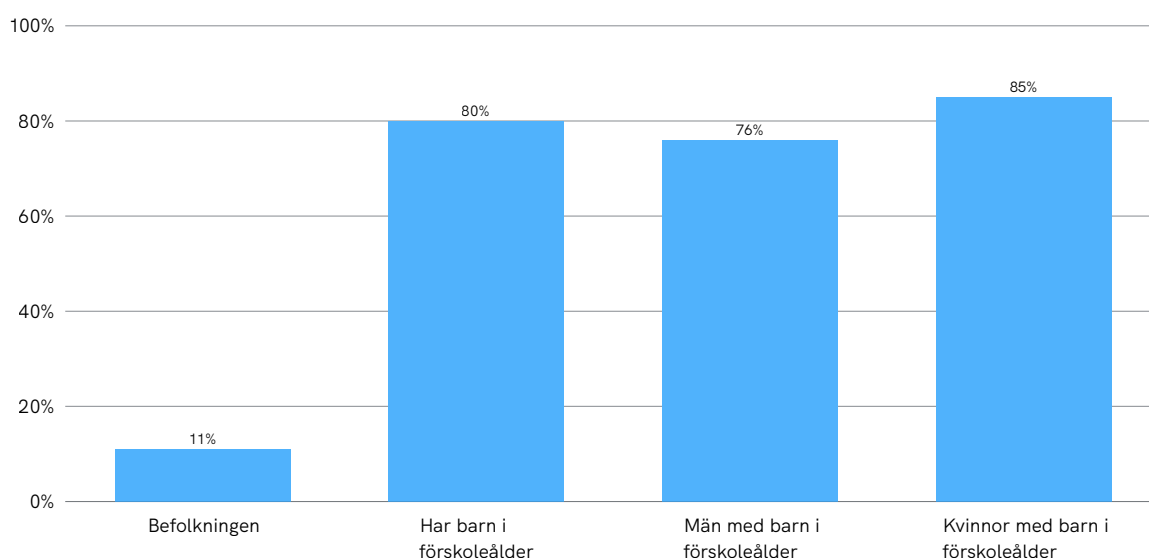
En skolplattform är ett webbaserat skoladministrativt system som används i förskolan, grundskolan, gymnasiet och i Komvux. Syftet är att underlätta kommunikation mellan skola, förälder och elev men media rapporterar om att systemen ibland upplevs ha motsatt effekt. Att kommunikationen försvåras med tekniskt krångliga inloggningar, mängder av meddelanden av varierande relevans, och ibland flera olika system att för barn i olika åldrar och skolor. Varje kommun

upphandlar och/eller utvecklar egna system utifrån sina förhållanden. Våra grannländer tampas i stort med samma problem som vi på området.¹⁵

I befolkningen (16+ år) i stort nyttjar 31 procent en skolplattform. I denna siffra ingår både föräldrar och de som studerar på gymnasium eller Komvux där en skolplattform används. Mer intressant är det att se till huvudmålgruppen för e-tjänsten – föräldrar med hemmaboende barn. Bland de nyttjar 75 procent en skolplattform. Det är något fler mammor (78%) än pappor (72%) som använder e-tjänsten idag.

8 av 10 med barn i förskoleåldern ansöker om förskoleplats digitalt

Diagram 2.17 Andel av befolkningen (16+ år) samt andel som har hemmaboende barn i förskoleålder, Ansöker om förskoleplats digitalt, år 2019



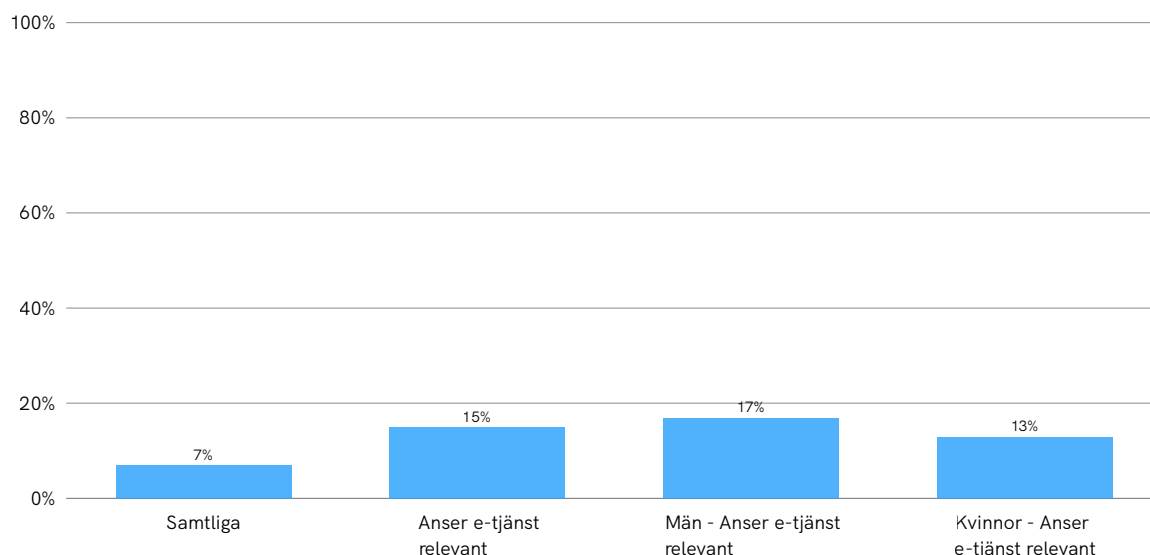
Sveriges kommuner är ansvariga för att erbjuda förskola till barn som är bosatta i Sverige från och med ett års ålder. Det finns både kommunala och privata förskolor och kommunen ansvarar för ansökningen till samtliga förskolor.

Denna digitala tjänst är endast relevant för föräldrar med barn i förskoleåldern varav 8 av 10 anger att de nyttjar den. Ser vi till befolkningen i stort ansöker 1 av 10 om förskoleplats digitalt. Tittar vi närmare på föräldrarna så ser vi att fler mammor (85%) än pappor (76%) ansöker om förskoleplats till sina barn.

15 <https://svenska.yle.fi/artikel/2019/02/02/hotar-skolornas-informationstsunami-foraldrars-mentala-halsa-i-danmark-ar>

7 procent ansöker om bygglov digitalt

Diagram 2.18 Andel av befolkningen (16+ år) samt andel av befolkningen som anser e-tjänst relevant (16+ år), Använder digitala tjänster för bygglov, år 2019



Bygglov ansöks hos och utfärdas av aktuell kommun. Utvecklingen av digitala tjänster för bygglov har kommit betydligt längre i Norge och Danmark än i Sverige. Detta visar Teknikföretagens kartläggning från 2017 som också visar att skillnaderna mellan de svenska kommunerna är stora där många kommuner inte har en digital lösning på plats.¹⁶

Bland befolkningen i stort och bland internetanvändarna ansöker 7 procent om bygglov digitalt. Mer intressant för denna tjänst är att titta på de som anser att den är relevant för dem – bland dessa ansöker 15 procent digitalt. En anledning till att Sverige halkat efter våra grannländer på detta område är att de har nationella lösningar för bygglovshantering vilket vi saknar idag.

Män söker bygglov i något högre grad än kvinnor. Totalt bland befolkningen är fördelningen 9 procent män och 6 procent kvinnor. Bland de som anser att denna e-tjänst är relevant för dem använder män (17%) den i högre utsträckning än kvinnor (13%).

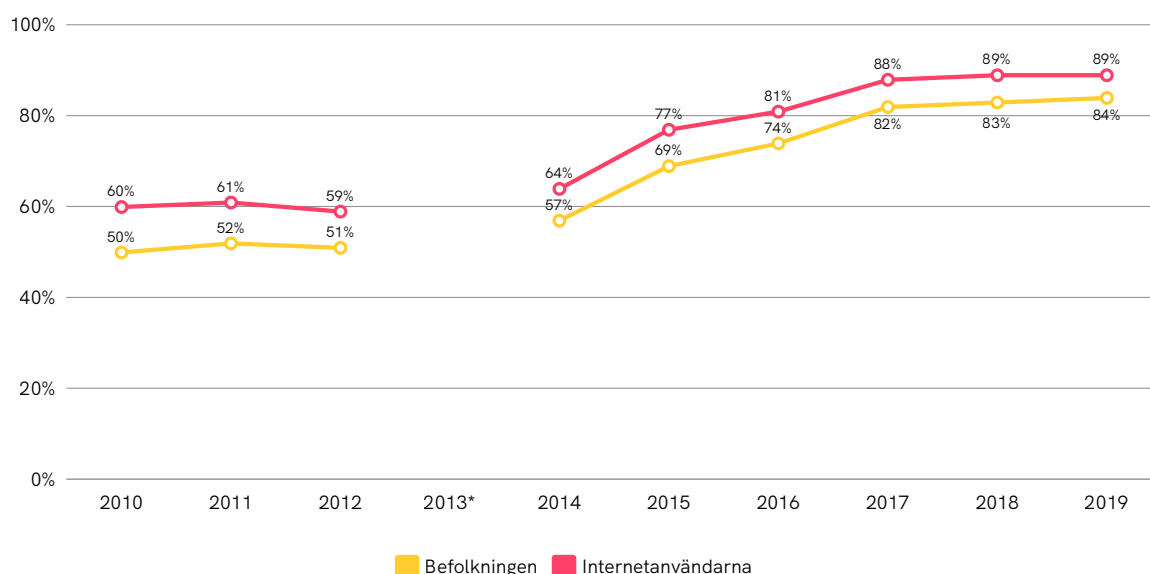
16 <https://www.teknikforetagen.se/i-debatten/nyheter/2017/analog-bygglovshantering-bromsar-foretag>

Samhällsinformation – offentlig och politisk

Fler än 8 av 10 tar del av offentlig information på internet

Diagram 2.19. Andel av befolkningen (16+ år) / Andel av internetanvändarna (16+ år), Tar del av offentlig information från kommun och myndigheter på internet, år 2010–2019

* År 2013 är ställdes inte frågan.



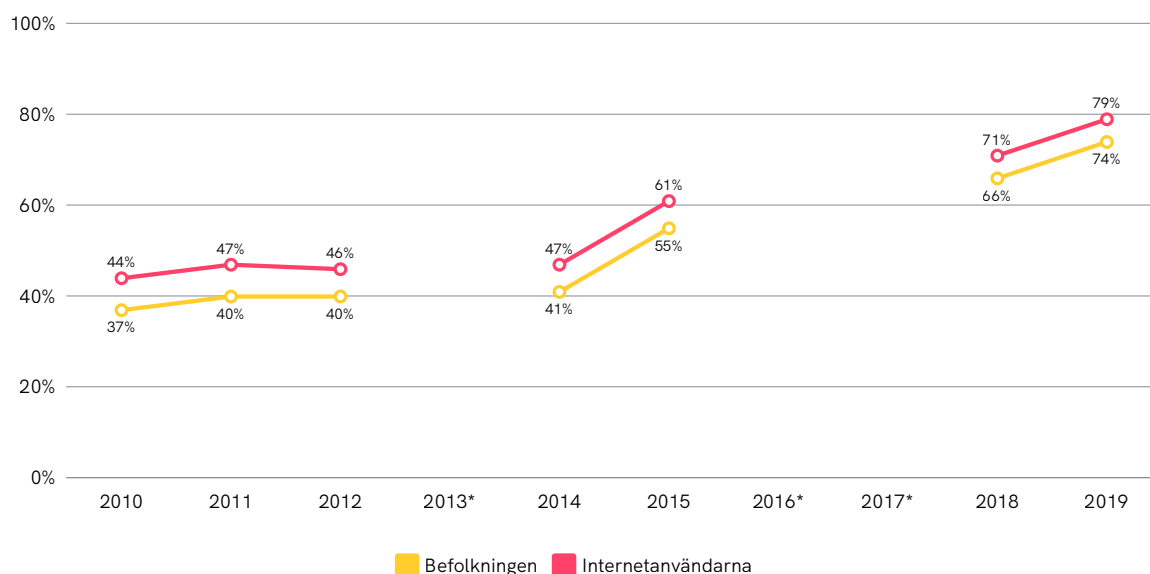
Sett till Sveriges befolkning (16+ år) tar 84 procent del av offentlig information från kommuner och myndigheter på nätet – motsvarande siffra för Sveriges internetanvändare är 89 procent. Det ligger i linje med föregående år. Även om nyttjandet har planat ut på höga nivåer de senaste tre åren har ändå ökningen varit markant sedan år 2010 då endast hälften (50%) av Sveriges befolkning tog del av offentlig information på nätet.

De som i högre grad söker offentlig information från kommuner och myndigheter på nätet bor i ett höginkomsttagarhushåll (95%), är mellan 36–45 år (95%), har hemmaboende barn (94%), är arbetande (91%) eller är högtbildade (89%).

Fler än 7 av 10 tar del av politisk information på internet

Diagram 2.20 Andel av befolkningen respektive internetanvändarna (16+ år), Tar del av politisk information på internet, år 2010–2019

* År 2013, 2016 och 2017 ställdes inte frågan.



Året efter valåret 2018, med bland annat en utdragen regeringsbildning, är det en signifikant ökning i att ta del av politisk information. Förra året (2018 kvartal 1) tog 66 procent av befolkningen del av politisk information på nätet med en ökning till 74 procent i år (2019 kvartal 1). Sett till internetanvändarna har en ökning skett från 71 procent förra året till 79 procent i år.

De som i högre grad söker politisk information på nätet bor i ett höginkomsttagarhushåll (88%), är mellan 26–45 år (87%), har hemmaboende barn (84%), är studerande (83%), är arbetande (81%), är högutbildade (81%), är män (78%), eller bor i storstad (77%).



Nils Ahlén, 77 år

Använder du BankID?

Nej, mitt BankID är för gammalt. Min son hjälpte mig att skaffa ett för några år sedan. Men jag har inte använt det, jag har inbillat mig att det bara är krångligt. Jag använder min dator och min mobil väldigt lite. Och jag behöver det inte för att förnya recept, jag är läkare så jag kan skriva ut åt mig själv.

Kan du se några fördelar med att använda BankID?

Ja, det finns säkert fördelar. Det går säkert snabbare med vissa transaktioner och så. Men jag har ingen lust att använda det i alla fall.

Vad tycker du om Swish?

Jag har också fått det installerat av min son som kan allt sånt där, men jag använder det inte. Jag skulle vilja att Swish var enklare.

Vad tycker du om att det är många situationer som kräver BankID i vardagen?

Det blir lite som i boken Kallocaïn, det känns som att vi är övervakade. Det är otäckt på något sätt. Det kan leda till att samhället blir... kaputt. Jag tycker att datorvärlden har gjort saker mycket svårare. Min hustru använder aldrig dator till exempel. Vi har nog tänkt att gå en kurs i datoranvändning för pensionärer, men det har inte blivit av. Men chansen finns att jag skulle använda BankID om jag gick en datorkurs.

Hur skulle du vilja att det fungerade istället för att använda BankID/Swish?

Jag skulle vilja att det var som det varit förut. Man förlorar den personliga kontakten när det blir mer och mer som sköts på internet.

Mobilt BankID och Swish ökar

Majoriteten av Sveriges befolkning använder sig av internetbank, Mobilt BankID och Swish. Både Mobilt BankID och Swish fortsätter att öka i antal användare. Främst sker ökningen bland de äldre då allt fler internetanvändare når de högre åldrarna.

Föräldrar som använder sig av e-handelsappar och begagnatsajter tycker att detta är väl använd tid. Barnfamiljer är också en grupp som anger att de är extra utsatta när det gäller att få sina kreditkortsuppgifter stulna på nätet, att bli kontaktade om bank- och personliga uppgifter online och likaså att näthandla missvisande produkter. Det handlar dels om att föräldrar är en grupp som är mer aktiva i e-handeln än andra och därmed utsätts för risk oftare men det kan också bero på att det finns aktörer på nätet som utnyttjar barns godtrogenhet.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Internetbank, Mobilt BankID och Swish

- 3.1 Drygt 90 procent av befolkningen använder internetbank
- 3.2 Över 80 procent av befolkningen använder Mobilt BankID
- 3.3 Nästan 80 procent av befolkningen använder Swish
- 3.4 Allt fler äldre använder Mobilt BankID och Swish

Köpa och sälja online

- 3.5 6 av 10 säljer saker på nätet
- 3.6 Drygt 8 av 10 köper något med digital leverans
- 3.7 Tid på e-handelsappar/begagnatsajter mest meningsfull för barnfamiljer

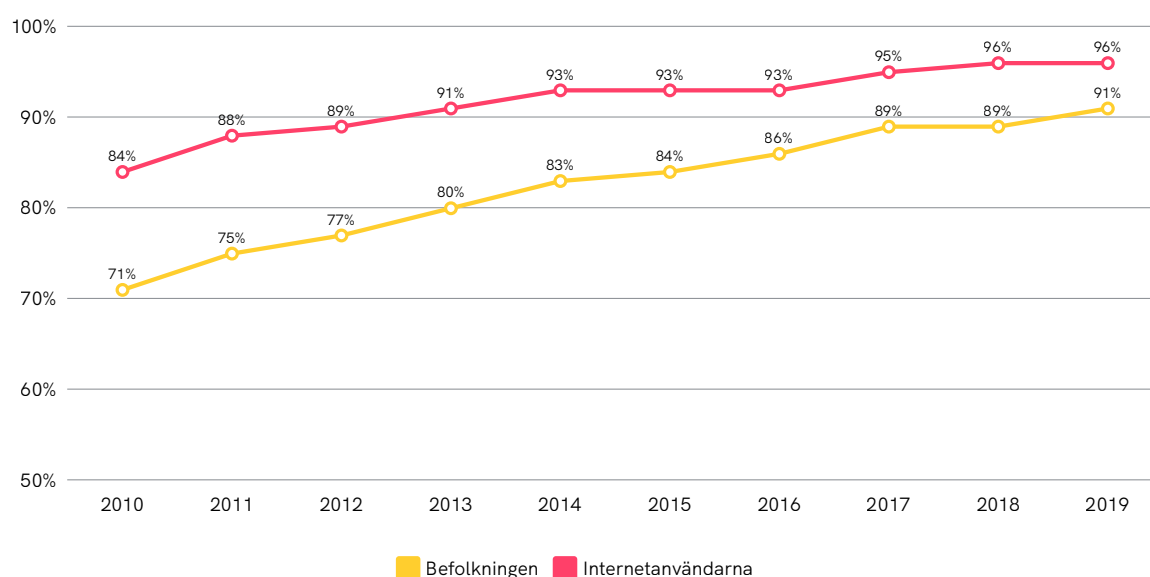
Trygghet i e-handel och banktjänster

- 3.8 7 procent känner sig inte trygga vid betalning på nätet
- 3.9 Föräldrar får oftare kreditkortsuppgifter stulna på nätet
- 3.10 Var femte nätkontaktad om bank- och personliga uppgifter
- 3.11 Drygt 1 av 10 drabbas av missvisande produkter i e-handeln

Internetbank, Mobilt BankID och Swish

Drygt 90 procent av befolkningen använder internetbank

Diagram 3.1 Andel av befolkningen respektive internetanvändarna (16+ år), Använder internetbank, år 2010-2019



I december år 1996 lanserades de första internetbankerna i Norden. Under drygt 20 år har mycket hänt och bankärenden har bland annat tagit steget från datorn till mobilen. Av Sveriges befolkning (16+ år) ligger användandet på 91 procent idag och har sedan år 2013 legat på minst 80 procent.

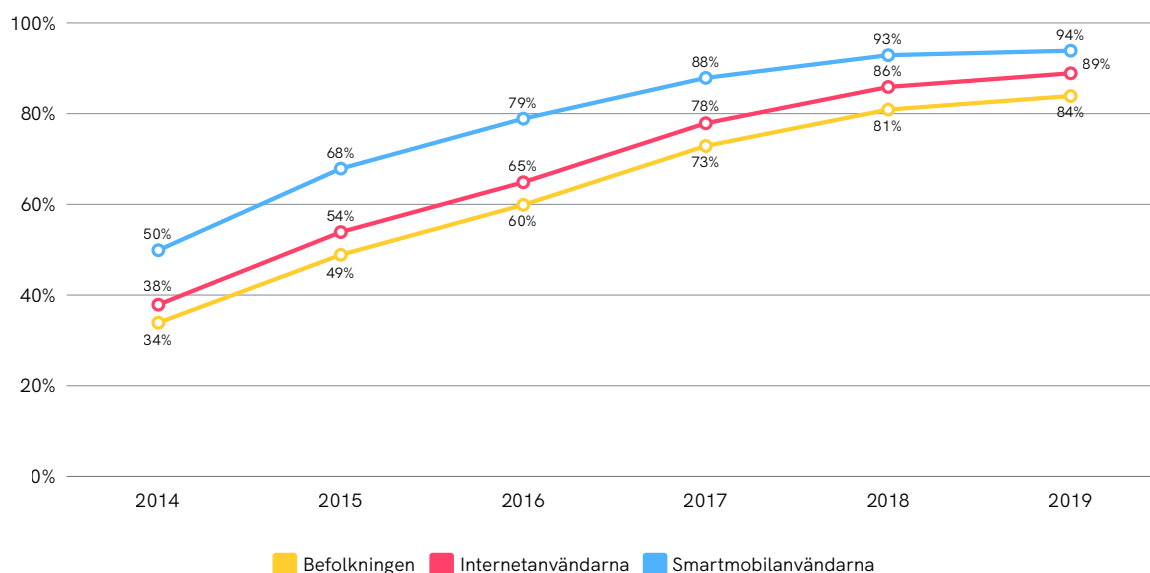
Sedan år 2013 har användandet av internetbank bland internetanvändarna legat på över 90 procent och de senaste tre åren på hela 96 procent.

Nästan alla svenskar betalar också räkningarna på nätet – 92 procent av internetanvändarna och 87 procent av befolkningen totalt sett. Att fler använder internetbank än betalar räkningar kan ha flera anledningar. Till exempel bor en del i den yngsta gruppen 16–25 år fortfarande hemma och betalar ännu inga räkningar. Likaså är det bara en person i vissa flerpersonshushåll som betalar räkningarna.

Över 80 procent av befolkningen använder Mobilt BankID

Diagram 3.2 Andel av befolkningen, internetanvändarna resp. smartmobilanvändarna (16+ år), Använder Mobilt BankID, år 2014–2019

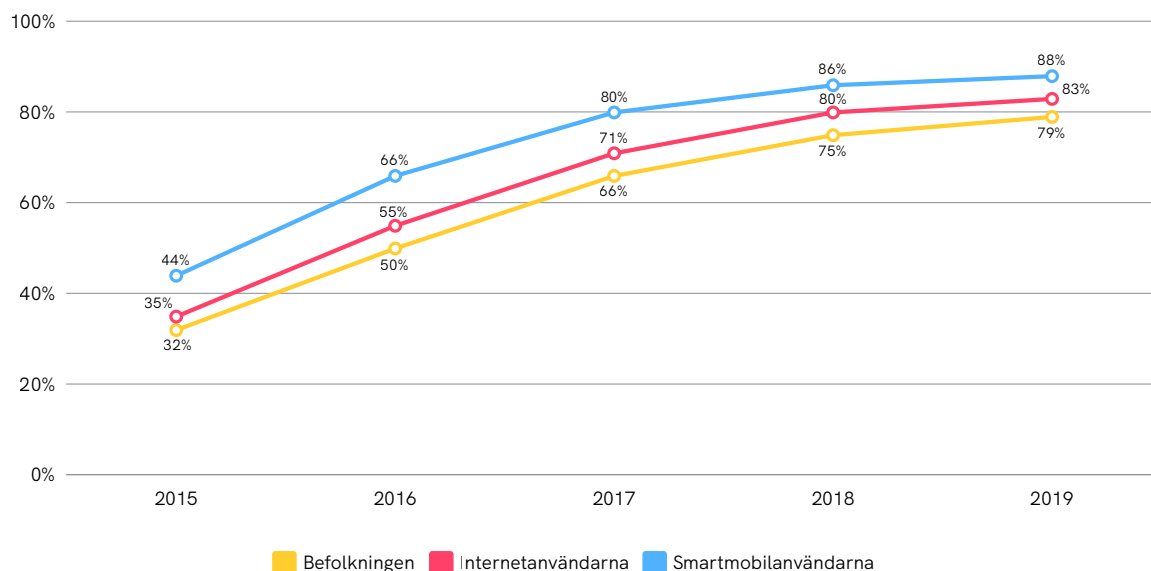
(Notera att frågan om användning av Mobilt BankID ställs enbart till de deltagare som har smartmobil. I redovisningen ovan har andelarna räknats om för andel av internetanvändare och andel av befolkningen)



Mobilt BankID är en elektronisk legitimation i smartmobiler som används via en app (mobilapplikation) som lanserades år 2011. Användningen av Mobilt BankID fortsätter att öka i befolkningen. Av Sveriges befolkning (16+ år) använder 84 procent Mobilt BankID, jämfört med 81 procent föregående år. Av smartmobilanvändarna nyttjar 94 procent Mobilt BankID. Sedan år 2014 har användandet av Mobilt BankID mer än dubblats bland befolkningen.

Nästan 80 procent av befolkningen använder Swish

Diagram 3.3. Andel av befolkningen, internetanvändarna resp. smartmobilanvändarna (16+ år), Använder en betalapp som Swish, år 2015-2019

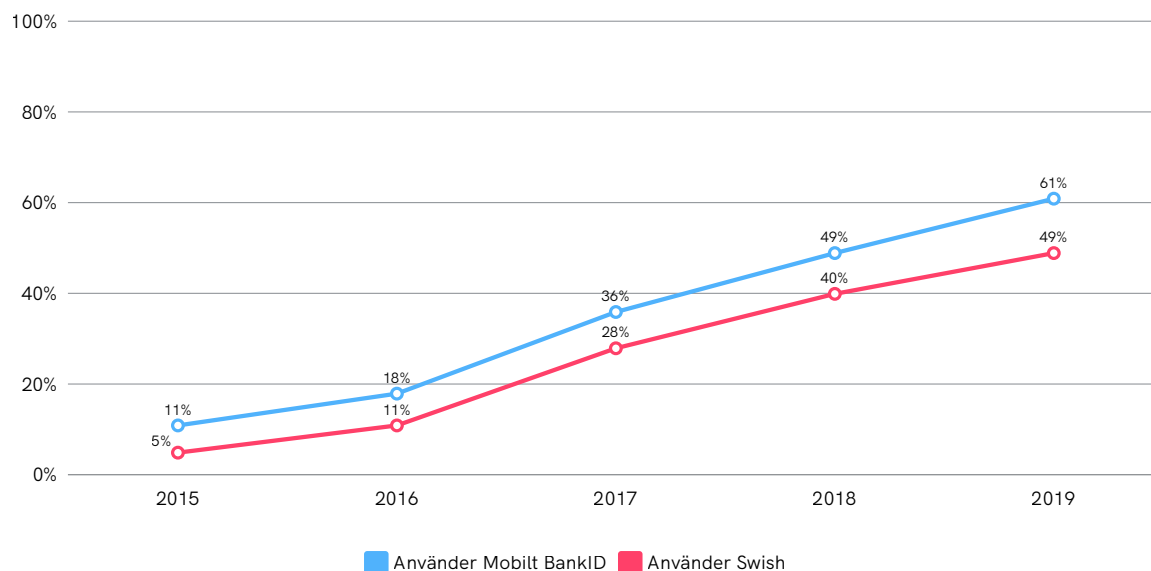


Swish är en mobil betaltjänst som slagit igenom stort i Sverige och användandet fortsätter att öka. Sedan år 2015 har användandet av Swish mer än dubblerats i befolkningen i stort.

Numera får Swish användas av alla åldrar och sett till Sveriges befolkning 12+ år använder 78 procent Swish. Förra året låg nyttjandegraden på 75 procent.

Allt fler äldre använder Mobilt BankID och Swish

Diagram 3.4 Andel av befolkningen (66+ år), Använder Mobilt BankID respektive Swish, år 2015-2019



Både användandet av Mobilt BankID och Swish har ökat och det är i synnerhet de som är äldre än 65 år som står för ökningen. Sedan år 2015 har användandet av Mobilt BankID bland 66+ år ökat kraftigt – från 11 procent till 61 procent. Samtidigt använder tio gånger så många av de äldsta Swish idag jämfört med år 2015. Bara sedan förra året har en ökning med runt tio procentenheter skett för båda tjänsterna.

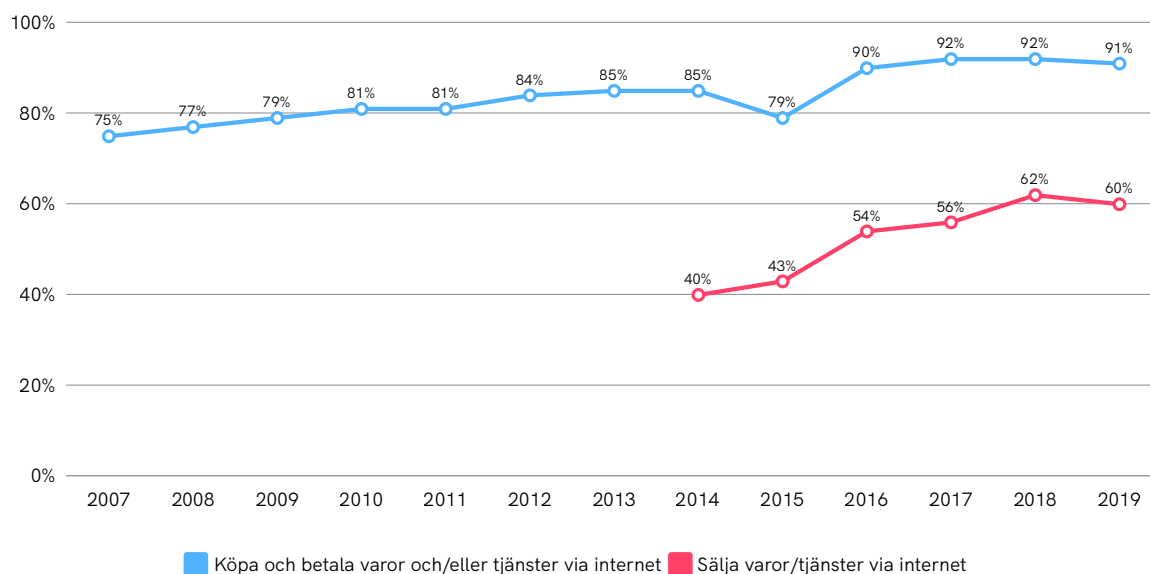
Ökningen ligger i linje med den ökade användningen av internet bland de äldsta. Värt att poängtera är att det är befolkningen som blir äldre vilket gör att fler internetanvändare ingår i de äldre åldersgrupperna för varje år. Därmed ska ökningen inte tolkas som en stor beteendeförändring hos de äldre.

Det finns inga skillnader mellan kön i användandet av varken Swish eller Mobilt BankID.

Köpa och sälja online

6 av 10 säljer saker på nätet

Diagram 3.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder internet för att sälja, år 2014–2019, respektive köpa saker eller tjänster, år 2007–2019



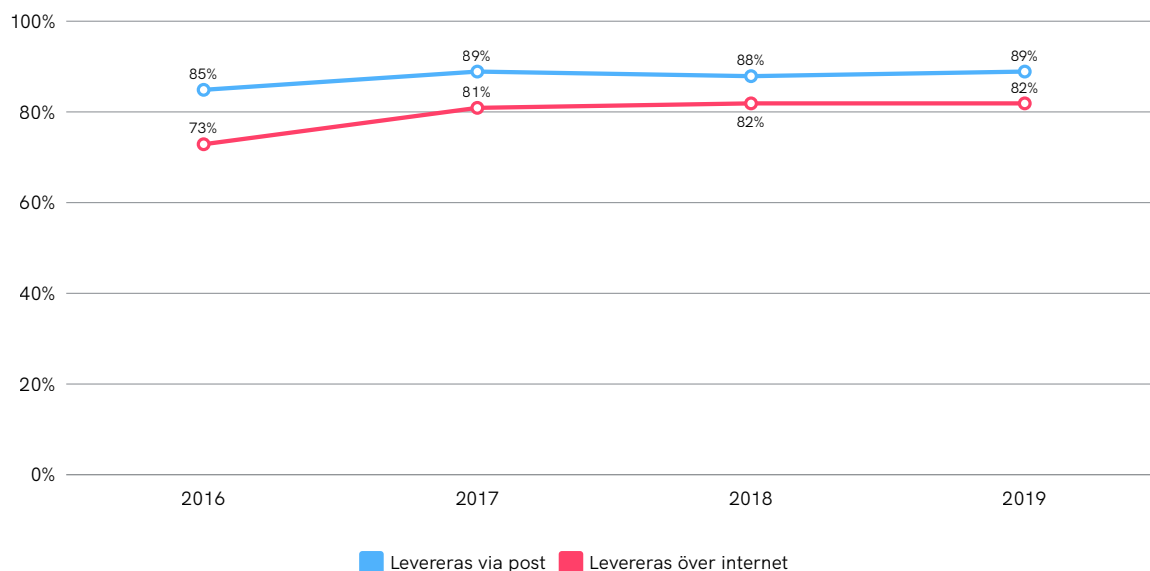
Internetanvändare som säljer något på nätet har ökat från 40 procent år 2014 till 60 procent i år. Årets siffra ligger i nivå med föregående år, med en marginell minskning. Likaså är det i princip lika många internetanvändare som köper något på nätet som föregående år.

Barnfamiljer (81%) är flitiga på att sälja saker online. Det speglas även åldersmässigt då det främst är de mellan 26–45 år, drygt 75 procent, som ägnar sig åt att sälja saker på nätet. Runt hälften av de 16–25 år gör detsamma och 38 procent av de äldre än 65 år.

Män (64%) är mer benägna att sälja saker på nätet än kvinnor (56%) men ingen skillnad förekommer mellan boende i stad eller på landsbygd.

Drygt 8 av 10 köper något med digital leverans

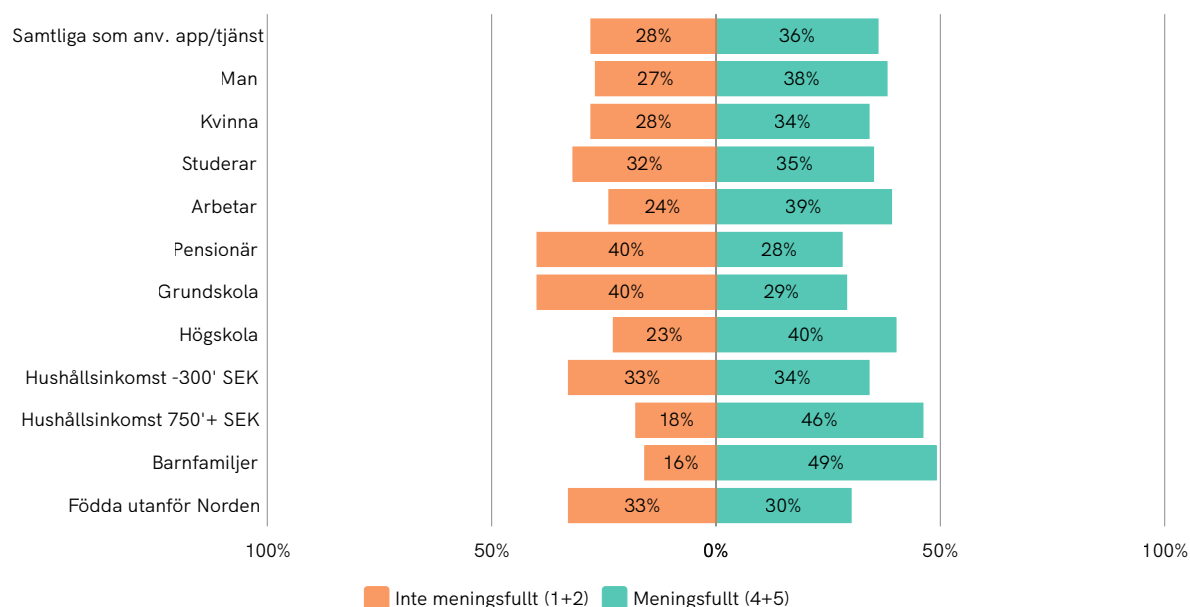
Diagram 3.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Köper saker/tjänster på internet med leverans via post eller via internet, år 2016-2019



Leverans via post (89%) eller via internet, till exempel program, biljetter, filmer (82%), ligger på en stabil nivå mot föregående år. Det finns inga skillnader i demografi i val mellan dessa två leveranssätt.

Tid på e-handelsappar/begagnatsajter mest meningsfull för barnfamiljer

Diagram 3.7 Användare av e-handelsappar/begagnatsajter, i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid användande av e-handelsappar/begagnatsajter, Skala 1-5 5=Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019



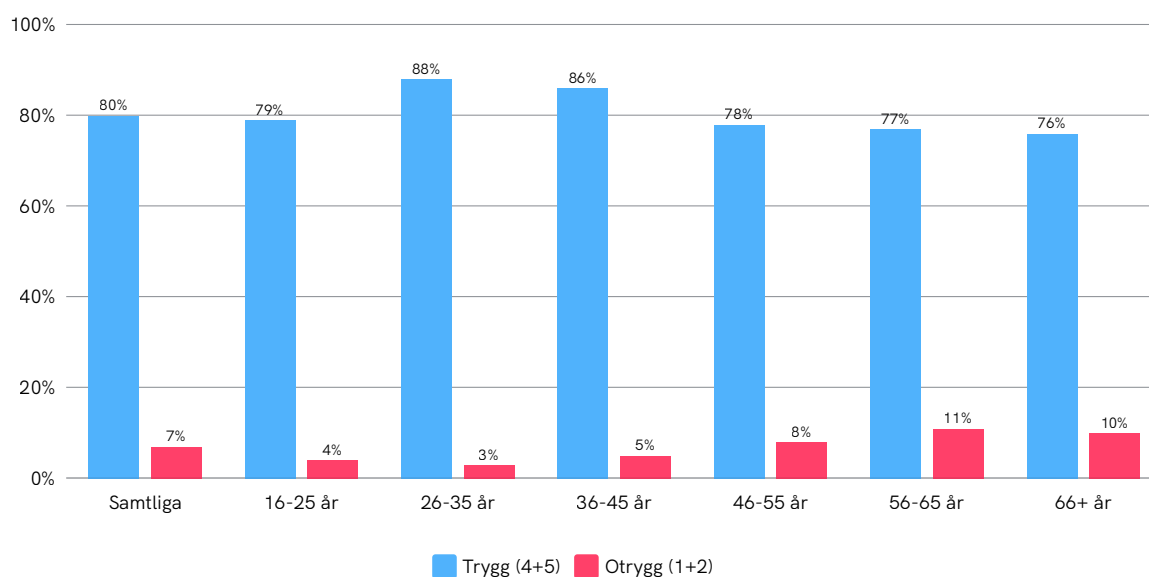
Det finns idag mängder av e-handelsappar och begagnatsajter tillgängliga online. Bland de som uppger att de använder dessa tycker 36 procent att deras tid används väl och 28 procent att den inte används väl.

De som i högre grad anser att tid på dessa appar/sajter är meningsfull är de med hemmaboende barn, de i höginkomsthushåll och de med högskoleutbildning. Män ser dem som mer meningsfulla än kvinnor.

Trygghet i e-handel och banktjänster

7 procent känner sig inte trygga vid betalning på nätet

Diagram 3.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Känner mig trygg och säker vid betalning på internet, Instämmandeskala 1-5, 1=Stämmer inte alls, 5=Stämmer helt och hållet, Åldersfördelning år 2019

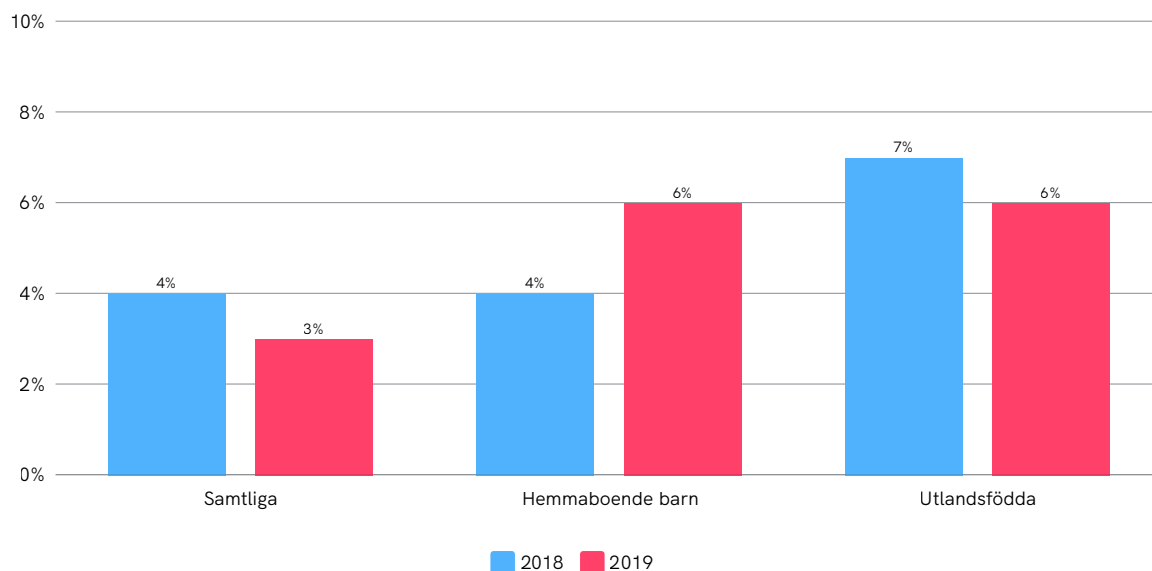


Majoriteten, 80 procent, känner sig idag trygga och säkra vid betalning på internet, varav 31 procent känner sig helt och hållet trygga (skalsteg 5). Av de 7 procent som inte känner sig trygga uppger 2 procent att de inte alls (skalsteg 1) känner någon trygghet. Tryggheten ligger på samma nivå bland smartmobilanvändarna. Sannolikt har Mobilt BankID och Swish bidragit till denna höga andel av trygghet. Denna fråga ställs för första gången i år.

Minst trygga känner sig de som är äldre än 65 år och de med lägst utbildning. Mest trygga känner sig höginkomsttagare och de som är mellan 26-35 år.

Föräldrar får oftare kreditkortsuppgifter stulna på nätet

Diagram 3.9 Andel av internetanvändarna (16+ år) / Andel som har hemmaboende barn (16+ år), Utlandsfödda (16+ år), Fått kreditkortsuppgifter stulna på internet, år 2018-2019

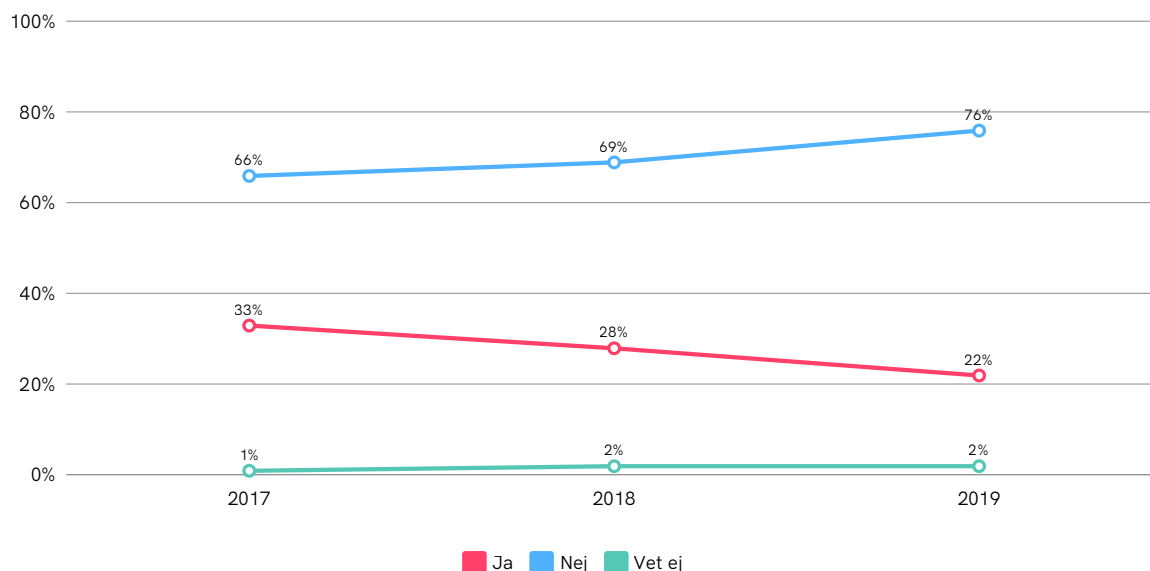


Bland internetanvändarna uppger 3 procent att de har fått sina kreditkortsuppgifter stulna på internet. Det ligger i linje med föregående år.

Två grupper som drabbats dubbelt så mycket som genomsnittet är de med hemmaboende barn och de som är födda utanför Norden. Vad gäller föräldrar hanterar de även barn och ungas betalningar, och deras svar tyder på att denna grupp kan vara särskilt utsatt. Till exempel har media rapporterat om bedrägliga dataspel där barn luras att lämna ut sina föräldrars kontouppgifter för att de ska få fördelar i spelet.

Var femte nätkontaktad om bank- och personliga uppgifter

Diagram 3.10 Andel av internetanvändarna (16+ år), Blivit kontaktad av någon på internet som bett om bankuppgifter eller andra personliga uppgifter, år 2017-2019

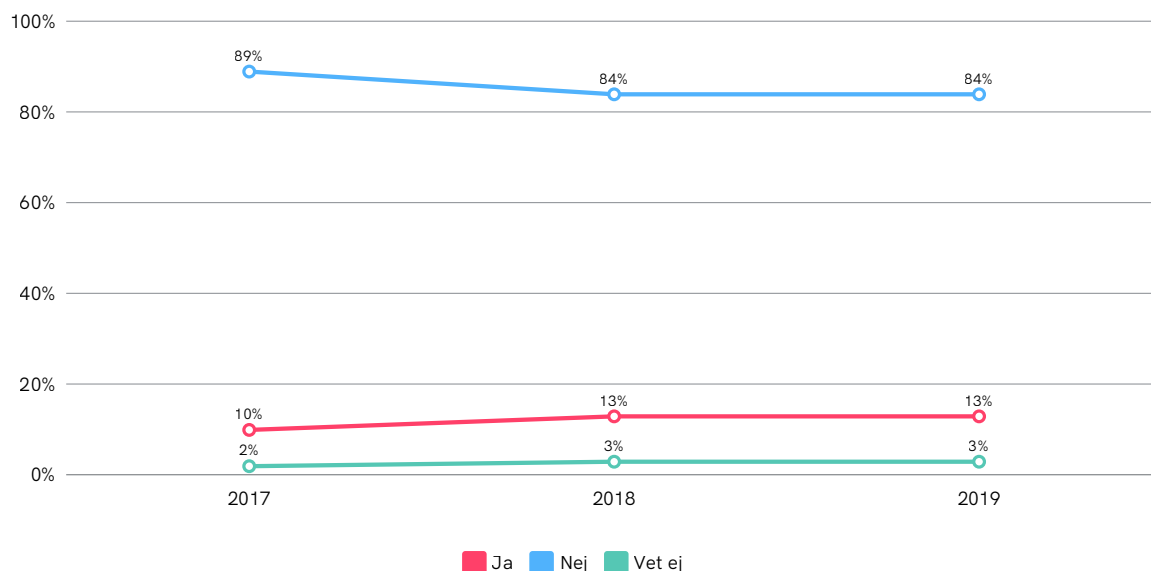


Förra året 2018 uppgav 28 procent att de blivit kontaktade på internet av någon som bett om att få deras bankuppgifter eller andra personliga uppgifter det senaste året. I årets mätning är motsvarande siffra 22 procent.

De som anger att de drabbats är i något högre utsträckning de med funktionsvariation (29%), de med hemmaboende barn (28%) och de i åldern 46–55 år (28%). Bland internetanvändarna äldre än 65 år anger endast 12 procent att de drabbats.

Drygt 1 av 10 drabbas av missvisande produkter i e-handeln

Diagram 3.11 Andel av internetanvändarna (16+ år), Köpt något som presenterats missvisande/felaktigt på internet, år 2017–2019



Lite mer än 1 av 10 har fått något levererat som såg annorlunda ut när de gjorde beställningen på nätet. Det har varken skett en ökning eller minskning på detta område utan liksom år 2018 anger 13 procent att de köpt något som presenterats på ett felaktigt eller missvisande sätt på internet.

De som drabbas i något högre utsträckning är de yngsta 16–25 år (20%) och föräldrar till hemmaboende barn (18%).



Madelene Lovereus, 46 år

Hur använder du BankID?

Jag kommer knappt ihåg hur jag gjorde innan jag hade BankID eller Swish. Jag använder det i väldigt många sammanhang. Det blir mycket enklare att boka tider till läkare, göra bankärenden, handla på nätet och förnya recept.

Känns det tryggt att använda BankID?

Ja jag känner mig trygg. Sen vet jag inte om jag är blåögd, men jag har inte ens tänkt tanken att det skulle vara riskabelt. När jag skaffade ett abonnemang på glasögon kunde jag signera för det direkt i butiken med bankID. Det var supersmidigt!

Vilka tycker du är fördelarna med att använda BankID?

Det underlättar vardagen. Ärenden bara går av sig själv. Jag har inte reflekterat över hur mycket jag faktiskt använder det, men nu fattar jag inte hur jag gjorde innan bankID och Swish kom.

Vad tycker du om Swish?

Jag betalar ofta med Swish. Jag swishar barnen när de behöver pengar. I somras swishade jag för jordgubbar och jag har swishat hos frisören. Till och med om man går i kyrkan så kan man swisha till kollekten. En gång när jag handlade mat och stod vid kassorna upptäckte jag att jag hade glömt kortet hemma. Då sa tjejen i kassan "Men du kan swisha mig!" och så betalade hon min mat den gången.

Känner du oro för bedrägerier online?

Nej, det gör jag inte. Min man har varit med om bankkortsbedrägeri online. När det hände fick vi pengarna tillbaka utan konstigheter. Jag känner mig lugn.

Ökad oro att Google och Facebook kränker integritet

Nytt för i år är att vi frågar internetanvändarna om de generellt sett känner sig övervakade på internet – vilket nära hälften gör. Vi följer även upp om de oroar sig för att myndigheter respektive storföretag som Google och Facebook inkräktar på deras personliga integritet på nätet. En femårstrend visar att oron för integriteten på dessa två områden har ökat. I synnerhet för storföretagen som nära hälften känner oro för till skillnad från myndighetssverige som endast var femte oroar sig för.

Under en treårsperiod har andelen som fått kränkande e-post ökat medan näthatet har legat på samma nivå. Män som utsatts för näthat upplever generellt inte att det varit så allvarligt vilket däremot kvinnor gör. Näthatet drabbar i betydligt högre utsträckning yngre, som också oftare vistas på nätet, än äldre.

Internet blir allt viktigare såväl i privatlivet som i vårt arbete och i våra studier. Majoriteten känner sig också delaktiga i det digitala samhället. I synnerhet de som använder internet dagligen. Känslan av delaktighet minskar dock bland de som är över 55 år.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Övervakning och intrång

- 4.1 Nära hälften känner sig övervakade på internet
- 4.2 Var femte oroad att myndigheter inkräktar på integritet på nätet
- 4.3 Män mer oroad än kvinnor över myndigheters inkräktande på nätet
- 4.4 Ökad oro för att Google och Facebook kränker integritet
- 4.5 Barnfamiljer mer oroad över storföretags inkräktande på nätet
- 4.6 Yngre mindre oroad för storföretags inkräktande på nätet
- 4.7 Utbildningsnivå påverkar digital tillit till myndigheter och storföretag
- 4.8 En fjärdedel otrygga med att lagra personlig information i molntjänster
- 4.9 Användning av publika wifi minskar

Kränkning och näthat

4.10 Kränkande e-post ökar

4.11 3 av 10 i åldern 12-25 år drabbas av näthat

4.12 Män upplever oftare näthat som mindre allvarligt än kvinnor

Delaktighet och relevans

4.13 Majoriteten känner sig delaktiga i det digitala samhället

4.14 1 av 10 känner sig inte delaktiga i det digitala samhället

4.15 De äldsta känner minst digital delaktighet av alla

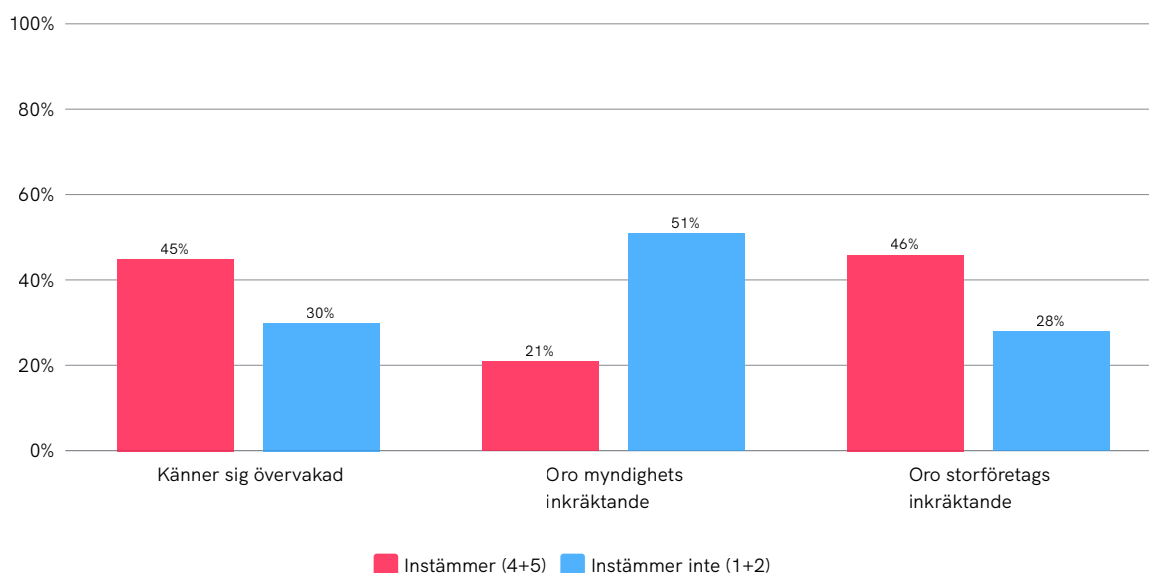
4.16 Internet viktigt för majoriteten i det privata vardagslivet

4.17 Internet allt viktigare i både arbete och studier

Övervakning och intrång

Nära hälften känner sig övervakade på internet

Diagram 4.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag känner mig övervakad på internet / Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet / Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, år 2019



I årets undersökning frågar vi för första gången om internetanvändarna känner sig övervakade på nätet. Vi kompletterar även med frågor om det finns någon oro för

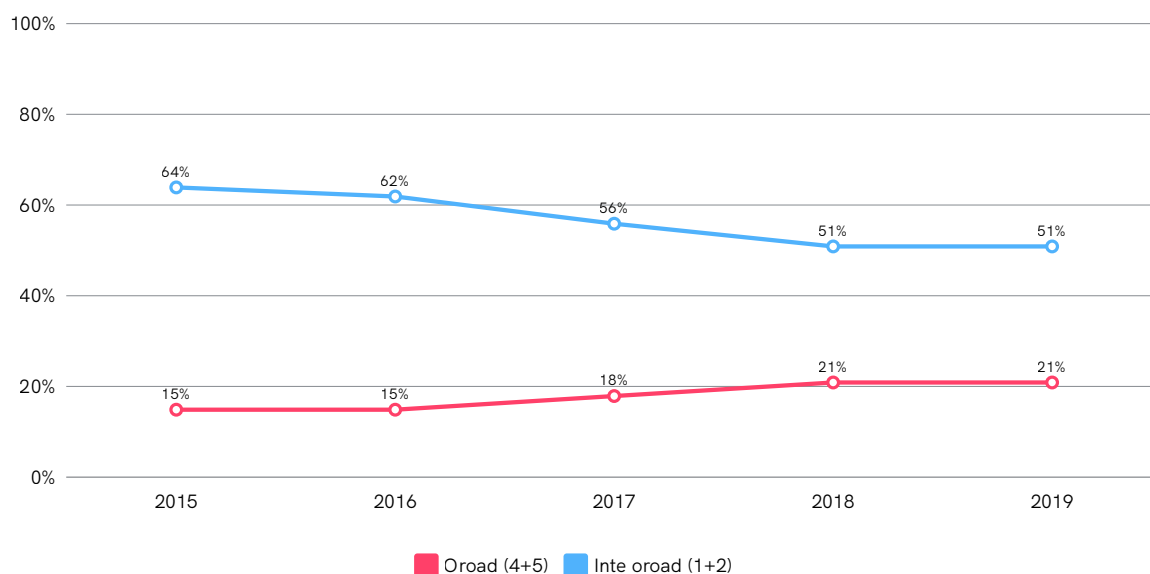
att den personliga integriteten inkräktas av antingen myndigheter eller storföretag som Google och Facebook.

Övergripande är det fler som känner sig övervakade på internet än de som inte gör det (45% mot 30%). Gällande den personliga integriteten är det inte främst myndigheters (21%) inkräktande internetanvändarna oroar sig för utan mer storföretags som Google och Facebook (46%). Skandaler som Cambridge Analytica, ett privat företag som samlade in information om miljontals användare från Facebook för att tillverka riktade kommersiella och politiska kampanjer, har sannolikt påverkat oron för storföretagen.

I diagram 4.2 och 4.4 ser vi hur oron påverkats under en femårsperiod för respektive område.

Var femte oroad att myndigheter inkräktar på integritet på nätet

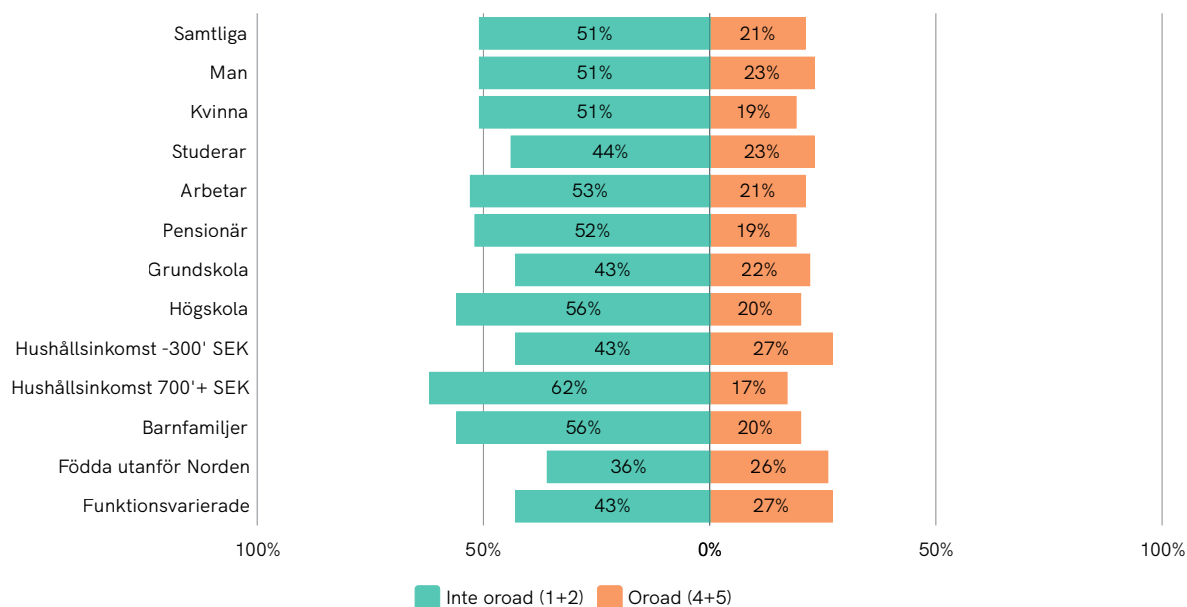
Diagram 4.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet, 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, år 2015–2019



Betraktad ur en femårsperiod är trenden tydlig; internetanvändarna har blivit mer oroad för att myndigheterna ska inkräktas på den personliga integriteten på internet. Sedan 2015 har de som är oroad (4+5) ökat med 6 procentenheter och de som inte oroar sig (1+2) minskat med 13 procentenheter. Från föregående år har emellertid ingen förändring ägt rum vilket kan indikera att oron på myndighetsnivå kan vara på väg att plana ut. Det får vi låta tiden utvisa.

Män mer oroade än kvinnor över myndigheters inkräktande på nätet

Diagram 4.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet, 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, år 2019

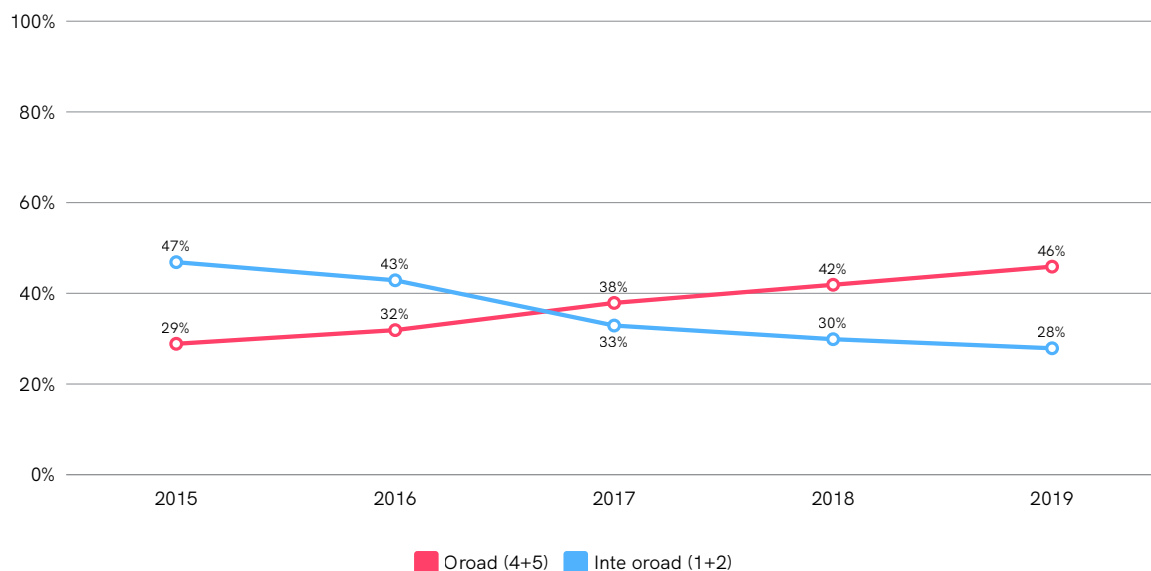


Vilka internetanvändare oroar sig mer än andra för att myndighetssverige ska inkräkta på deras personliga integritet? Framförallt sticker två grupper ut som mer oroliga än genomsnittet – funktionsvarierade och de i låginkomsthushåll.

Skillnaden i oro är också stor mellan hushåll med låg respektive hög inkomst. Vi ser också att män är något mer oroad än kvinnor att myndighetssverige ska inkräkta på deras personliga integritet på internet.

Ökad oro för att Google och Facebook kränker integritet

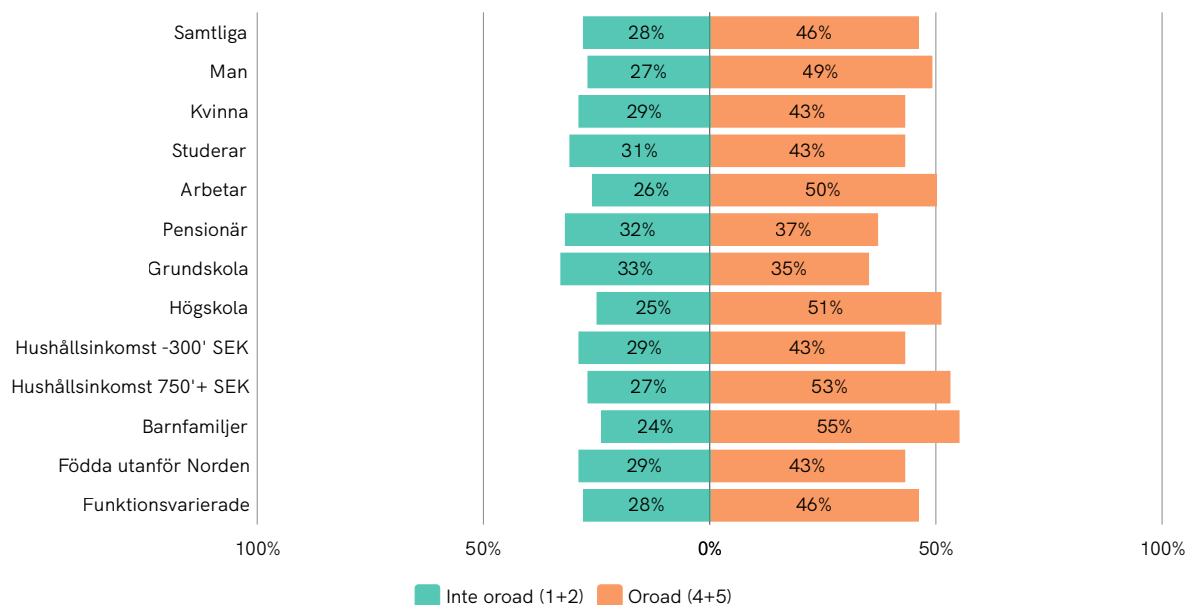
Diagram 4.4 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, år 2015–2019



Nära hälften, 46 procent, är oroade (4+5) för att stora företag som Google och Facebook inkräktar på deras personliga integritet på internet. Denna oro ökar för varje år. Sedan år 2015 har den ökat med hela 17 procentenheter, och det senast året med 5 procentenheter.

Barnfamiljer mer oroad över storföretags inkräktande på nätet

Diagram 4.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, år 2019

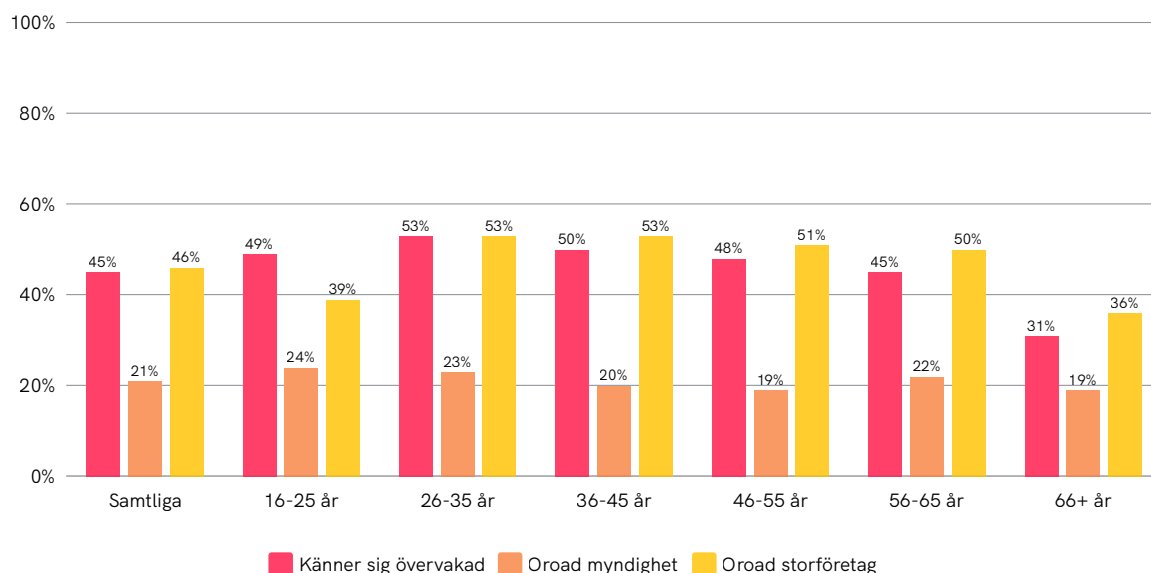


Oron över att stora företag som Google och Facebook inkräktar på den personliga integriteten ökar för varje år. Framförallt barnfamiljer och höginkomsthushåll anger i högre grad än genomsnittet att de är oroliga.

Skillnaden i oro är också stor mellan låg- och höginkomsthushåll och likaså mellan högskoleutbildade och grundskoleutbildade. Tillsammans med pensionärerna utgör de grundskoleutbildade de minst oroliga. Det är också två grupper som till stor del överlappar varandra.

Yngre mindre oroade för storföretags inkräktande på nätet

Diagram 4.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag känner mig övervakad på internet / Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet / Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Oroad (4+5) i 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, Åldersfördelning år 2019



Idag är de flesta medvetna om att vi hela tiden lämnar spår efter oss på nätet, både när vi surfar och när vi handlar. De yngsta, 16-25 år, tenderar känna sig mer övervakade än genomsnittet men samtidigt känner de sig mindre oroade för att storföretag som Google och Facebook inkräktar på deras personliga integritet.

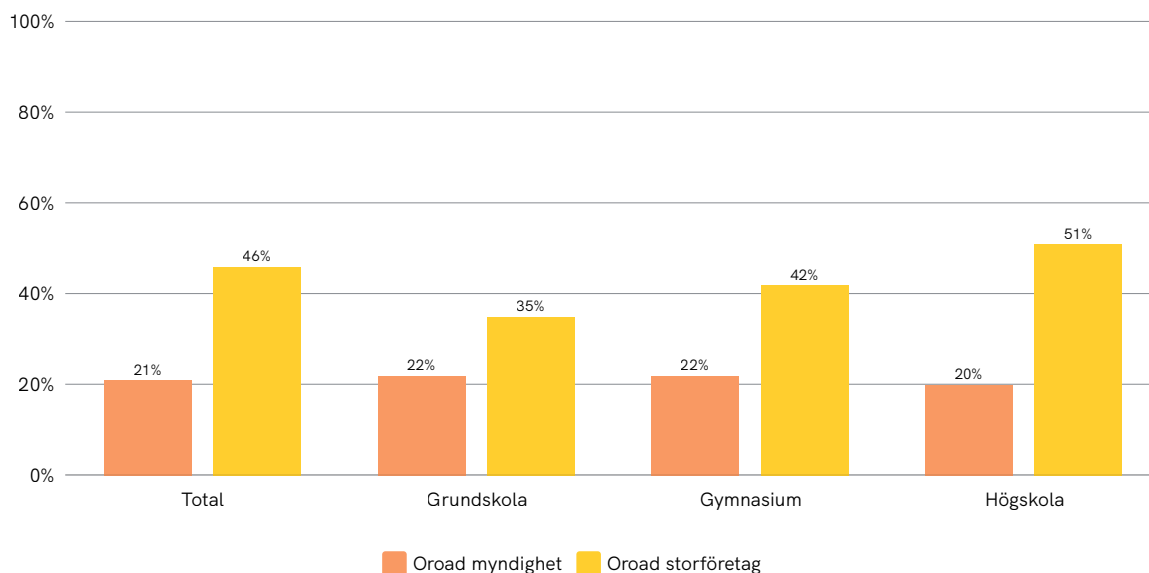
Vad gäller övervakning generellt är det betydligt fler yngre än äldre som känner sig övervakade, runt 50 procent upp till 45 år. Bland internetanvändarna äldre än 65 år känner sig endast 31 procent övervakade.

Åldersmässigt är det intressant nog en relativt jämn fördelning för oro över myndigheters inkräktande på nätet där faktiskt ingen åldersgrupp signifikant sticker ut.

Den åldersgrupp som känner sig mest oroad för att storföretag som Google och Facebook inkräktar på integriteten är 26-45-åringarna. Oron avtar sedan gradvis ju högre upp i åldern vi kommer.

Utbildningsnivå påverkar digital tillit till myndigheter och storföretag

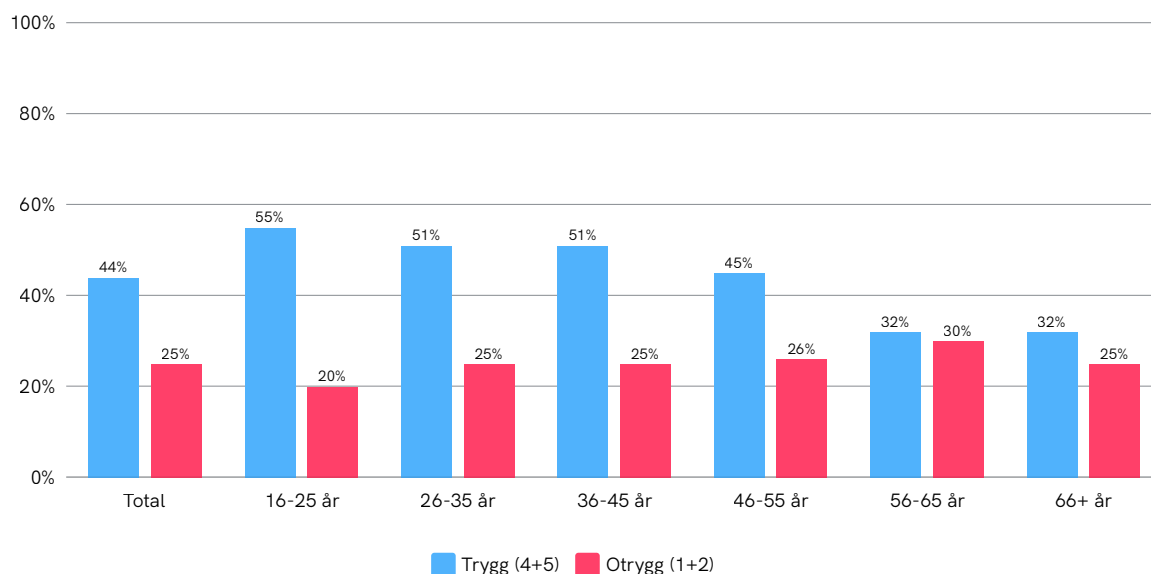
Diagram 4.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag är oroad att myndigheter respektive stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Oroad (4+5) i 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, Utbildningsnivå år 2019



Utbildning påverkar stort hur vi oroar oss för att myndigheter respektive storföretag som Google och Facebook inkräktar på den personliga integriteten på internet. De med hög utbildning är något mindre oroad för myndigheter än de med lägre utbildning. För storföretag är det motsatta förhållanden – där är högutbildade mer oroad än de lågutbildade.

En fjärdedel otrygga med att lagra personlig information i molntjänster

Diagram 4.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jag känner mig säker och trygg med att lagra personlig information eller fotografier i molntjänster, 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, Åldersfördelning år 2019

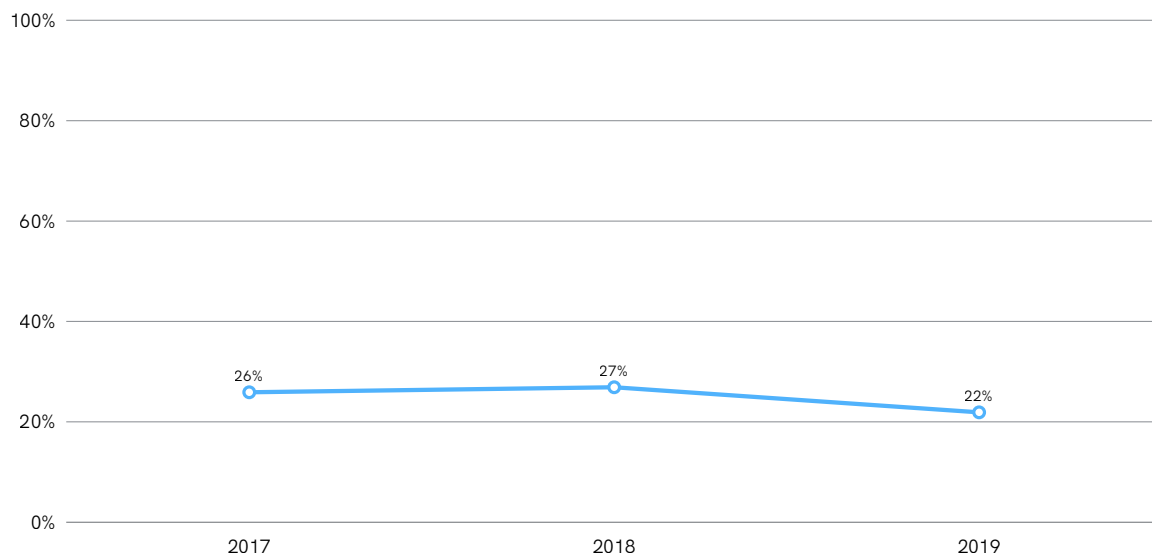


En molntjänst är en IT-tjänst som lagrar data på en server som tillhandahålls över internet. Exempelvis lagringstjänster av fotografier och andra filer som nås över internet, i molnet, istället för att lagra dem på en hårddisk på datorn, i mobilen eller liknande. Exempel på molntjänster är Google Drive, iCloud, Dropbox med flera.

Inte ens hälften (44%) av internetanvändarna känner sig trygga med att lagra personlig information och fotografier i molntjänster och en fjärdedel säger sig vara otrygga. De yngre är i betydligt högre utsträckning mer trygga.

Användning av publika wifi minskar

Diagram 4.9 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använt publika wifi senaste månaden, år 2017-2019



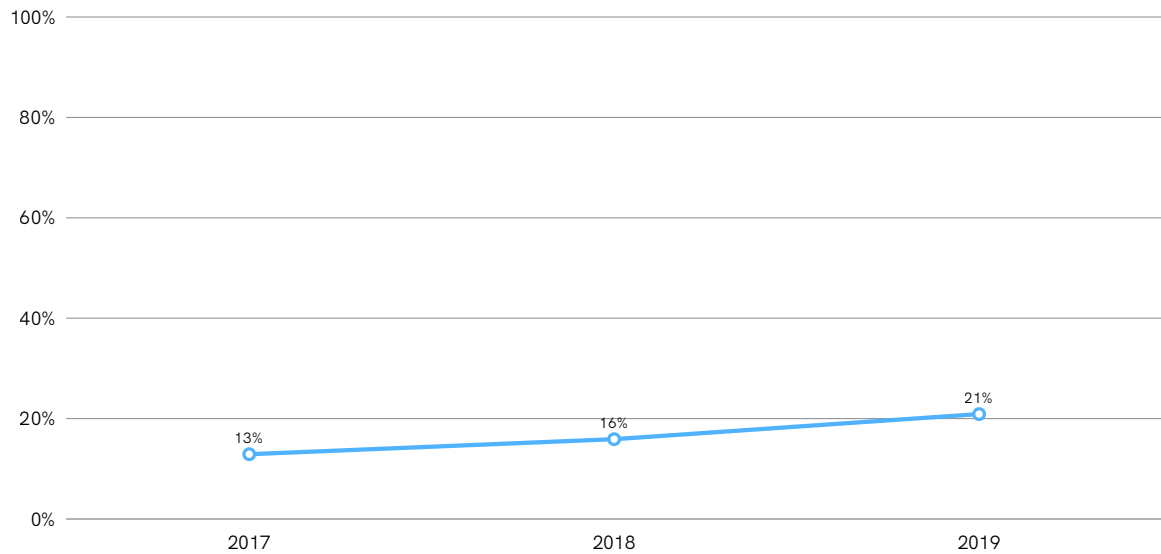
Publika wifi finns numera tillgängliga på åtskilliga platser som restauranger, flygplatser, hotell, skolor och till och med ute på gatan. Det kan ses som ett bekvämt och smidigt sätt att surfa utan att behöva använda upp sin egen mobildata. Dock finns det baksidor med dessa offentliga wifi, som risken att bli hackad på personlig information och att få virus.

Under en treårsperiod kan vi se att användandet av publika wifi har minskat något. Några tänkbara anledningar kan vara att vi blivit mer säkerhetsmedvetna tack vare medias rapportering om riskerna. Likaså har det blivit betydligt enklare att använda mobilnätet på många platser och även när vi är utomlands. Priset på mobildata kan också ha påverkan. Unga 16-25 år (27%) använder något oftare offentliga wifi.

Kränkning och näthat

Kränkande e-post ökar

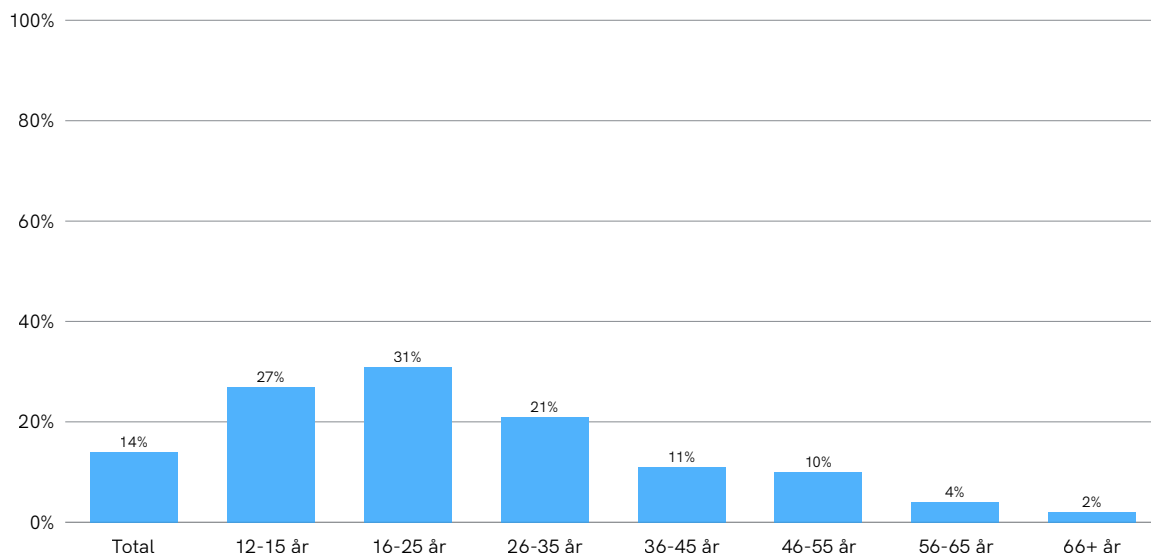
Diagram 4.10 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har det senaste året fått obehaglig eller kränkande e-post, år 2017-2019



Det senaste året har var femte internetanvändare drabbats av obehaglig eller kränkande e-post. Det är en ökning med 5 procentenheter sedan föregående år.

3 av 10 i åldern 12–25 år drabbas av näthat

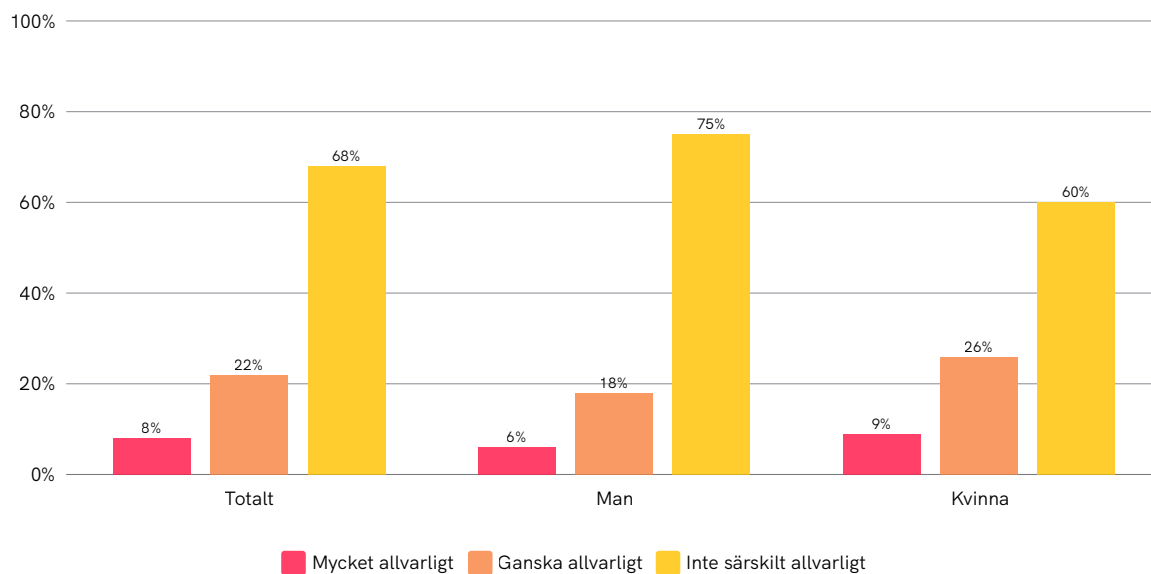
Diagram 4.11 Andel av internetanvändarna (12+ år), Har utsatts för näthat eller att någon skrivit negativt om dem på internet, Åldersfördelning år 2019



Under en treårsperiod har näthatet legat på en konstant nivå. Totalt drabbas var sjunde internetanvändare av näthat eller att någon skriver negativt om dem på internet. De yngre upp till 25 år drabbas i betydligt högre utsträckning – här är cirka 3 av 10 utsatta.

Män upplever oftare näthat som mindre allvarligt än kvinnor

Diagram 4.12 Andel av internetanvändarna som utsatts för näthat (12+ år), Hur allvarligt näthat upplevdes, Kön år 2019

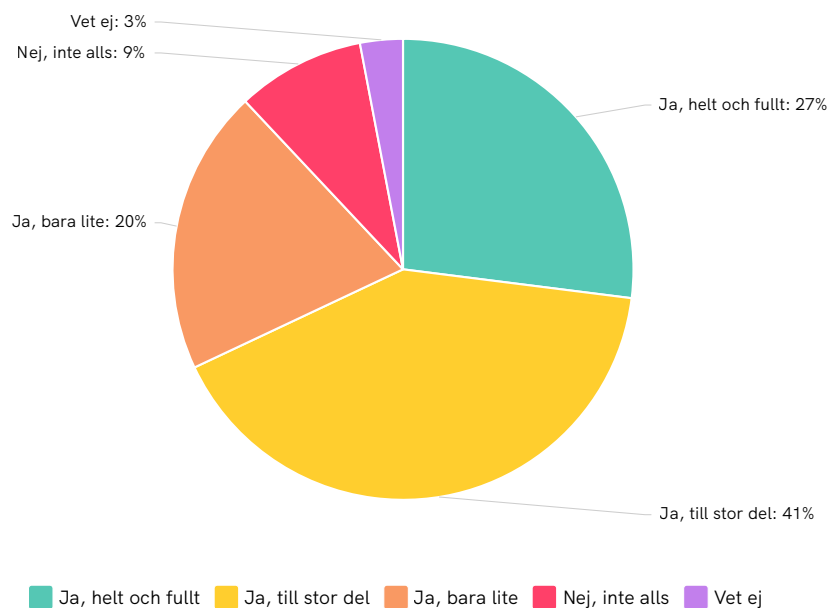


Av de som drabbats av näthat upplevde sammantaget 30 procent det som allvarligt, varav 8 procent som mycket allvarligt. Män (75%) svarar i högre utsträckning än kvinnor (60%) att det inte var särskilt allvarligt.

Delaktighet och relevans

Majoriteten känner sig delaktiga i det digitala samhället

Diagram 4.13 Andel av befolkningen (12+ år), Känner sig delaktig i det digitala samhället, år 2019

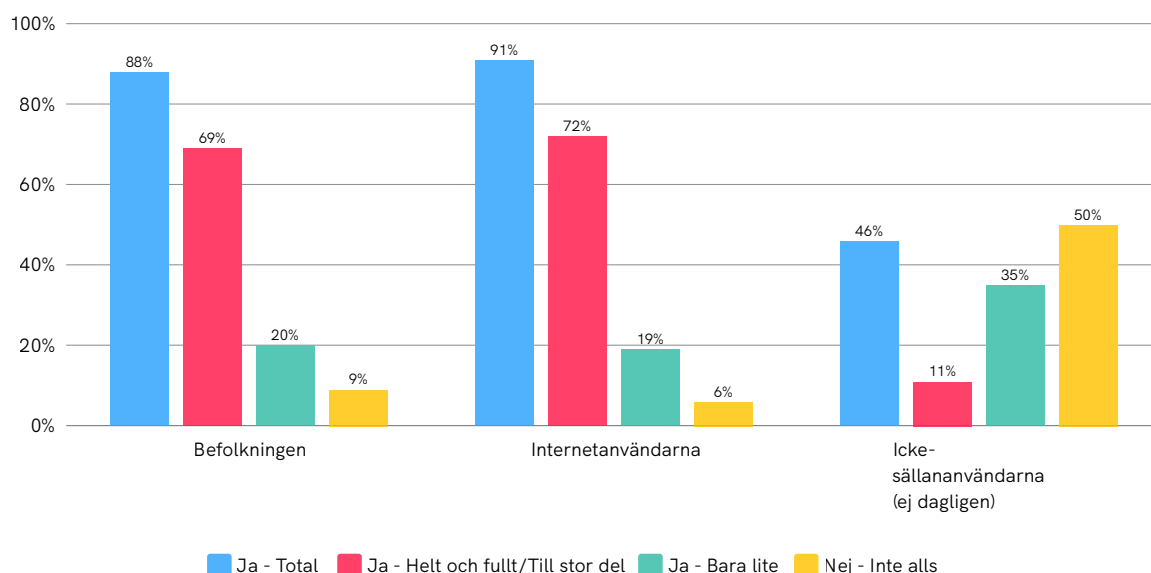


Majoriteten av befolkningen känner sig delaktiga i det digitala samhället. Hela 88 procent svarar att de känner sig delaktiga varav 27 procent svarar helt och fullt, 41 procent till stor del vilket sammantaget ger 69 procent, och 20 procent att de endast känner sig lite delaktiga. De som inte alls känner sig delaktiga utgör 9 procent. Detta ligger i linje med föregående år.

Det finns också 3 procent som svarar att de inte vet om de känner sig delaktiga i det digitala samhället eller ej, vilket kan tyda på att det finns en otydlighet i begreppet "det digitala samhället".

1 av 10 känner sig inte delaktiga i det digitala samhället

Diagram 4.14 Andel av befolkningen, internetanvändarna respektive icke- och sällananvändarna (använder ej internet eller använder internet mer sällan än dagligen) (12+ år), Känner sig delaktig i det digitala samhället, år 2019

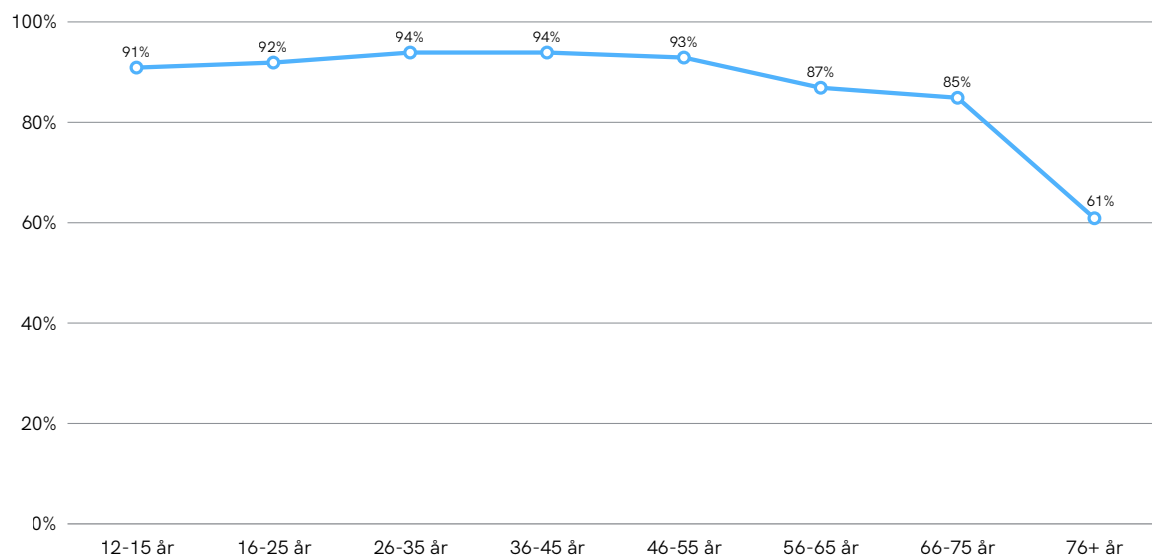


Vid en jämförelse mellan befolkningen i stort, internetanvändarna (som utgör 95% av befolkningen år 2019) och de som sällan (ej dagligen) eller aldrig använder internet ser vi att det finns stora skillnader i känslan av delaktighet.

Runt 7 av 10 av befolkningen respektive internetanvändarna känner sig delaktiga i det digitala samhället helt och fullt eller till stor del medan endast cirka 1 av 10 av de som sällan eller aldrig använder internet delar den känslan. I denna grupp känner sig istället hälften inte alls delaktiga.

De äldsta känner minst digital delaktighet av alla

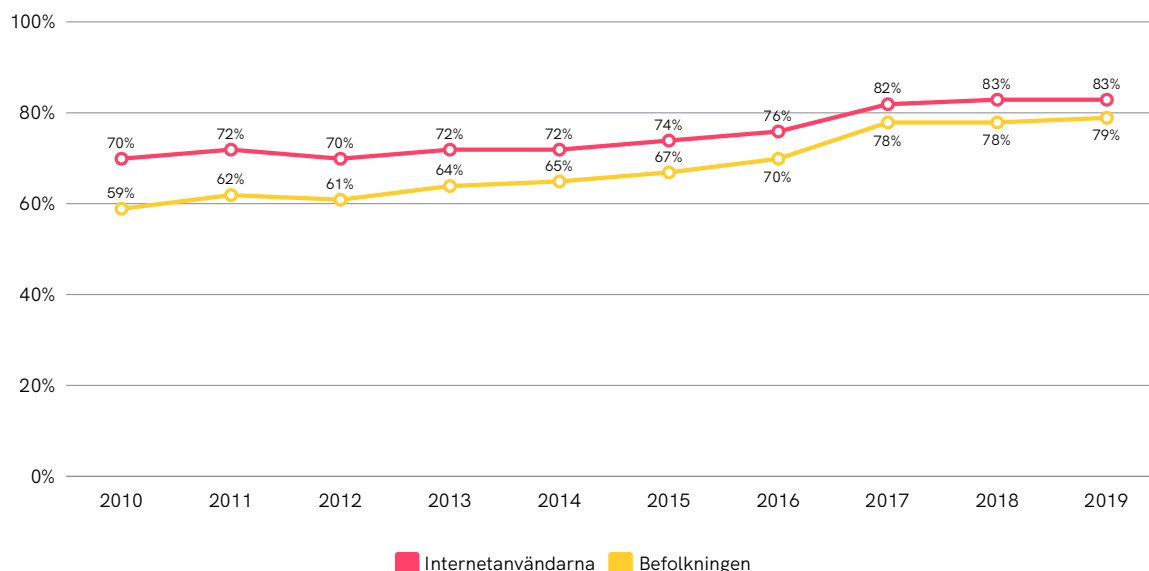
Diagram 4.15 Andel av befolkningen (12+ år), Känner sig delaktig i det digitala samhället, Åldersfördelning år 2019



Det är de äldsta i befolkningen som känner sig minst delaktiga i det digitala samhället. Särskilt de som är äldre än 55 år.

Internet viktigt för majoriteten i det privata vardagslivet

Diagram 4.16 Andel av befolkningen respektive internetanvändarna (12+ år), Internet viktigt i det privata vardagslivet (4+5), Skala 1–5, 1=Inte alls viktigt, 5=Mycket viktigt, år 2010–2019

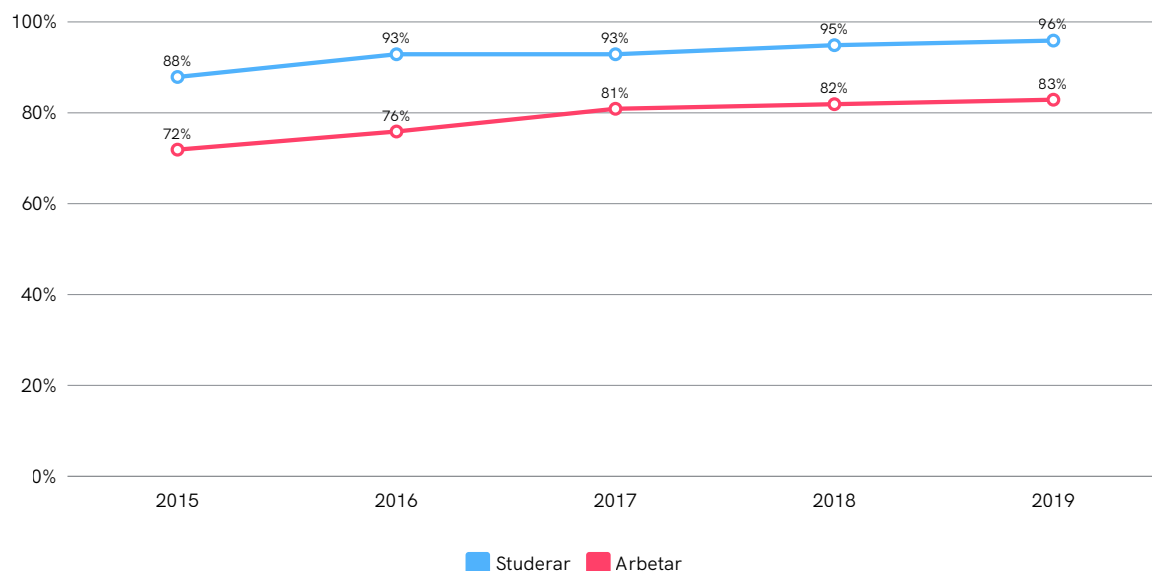


Internet i det privata vardagslivet har blivit allt viktigare genom åren. Sedan 2010 har andelen som tycker att det blivit viktigare ökat 20 procentenheter bland befolkningen från 59 procent till 79 procent. Bland internetanvändarna har ökningen också varit stor till årets 83 procent. Blott 5 procent anser i år att internet inte är viktigt i vardagens privata sfär.

Internet privat är absolut viktigast för de som är 26–35 år (91%) bland internetanvändarna. Efter 65 år anser tre fjärdedelar (76%) att internet är viktigt i det privata vardagslivet.

Internet allt viktigare i både arbete och studier

Diagram 4.17 Andel av internetanvändarna som arbetar/studerar (12+ år), Internet viktigt i studier/arbetslivet (4+5), Skala 1-5, 1=Inte alls viktigt, 5=Mycket viktigt, år 2015-2019



Majoriteten av de internetanvändare som studerar eller arbetar anser att internet är viktigt för dem i deras studier respektive arbete. Sedan år 2016 har det varit över 90 procent bland de studerande som sett internet som viktigt för deras studier.

Bland de yrkesverksamma har en ökning skett från 72 procent år 2015 till dagens 83 procent.



André Jacquet, 27 år

Vilka sociala medier använder du?

Jag har Facebook, mest för att svara på meddelanden. Twitter och Instagram är jag på tio minuter per dag. Instagram för att se vad mina vänner postar, och Twitter för pausunderhållning när jag är uttråkad i kollektivtrafiken.

Har dina sociala medie-vanor förändrats över tid?

Jag har markant dragit ner på mitt användande och jag har bytt fokus. Jag har nästan helt slutat posta inlägg. Om jag postar något är det inte för att få mycket gilla-markeringar, utan snarare om det är något som betyder något för mig. Ett minne som jag vill bevara och dela med mina vänner på Instagram.

Upplever du någon skillnad sedan du trappat ned?

Det var en märklig boost att få många gilla-markeringar på en status, men det gav inget i längden. Jag började jaga efter den rätta statusen som skulle få mig att känna mig uppskattad, samtidigt som jag satt ensam. Att trappa ner användandet av Facebook och sluta söka bekräftelse genom gilla-markeringar gjorde mig väldigt gott. Det hjälpte mig att värdera verkliga relationer som faktiskt betyder någonting.

Har du haft någon taktik för att använda sociala medier mindre?

Jag har avinstallerat apparna för Facebook och Twitter. På så sätt får jag inga notiser och det blir bökgigare att använda. Enkelheten att nå apparna gjorde att jag slentrianmässigt använde dem alldeles för mycket. Jag har också ställt in natlläget på mobilen som stänger av alla notiser efter ett visst klockslag.

Hur känner du kring att ha konton hos stora sociala nätverk som Facebook?

Det känns ganska obekvämt. Hela min historia finns dokumenterad. Mina tweets från 2012 vill jag verkligen inte läsa idag. På Facebook har jag försökt radera alla mina tveksamma statusar från när jag växte upp. Det är obehagligt att Facebook håller koll på mig genom gilla-knappar över hela internet, för att kunna rikta marknadsföring till mig.

Är du orolig över hur din data används?

Jag är inte så orolig än. Eller jo, en sak gör mig orolig. Dokumenteringen av politiska åsikter som har sålts och sedan använts för att påverka en att ändra politisk riktning, som med Cambridge Analytica-skandalen. Riktad marknadsföring som sker genom sociala medier för att påverka väljargrupper gör mig orolig.

Allt färre delar andras innehåll

Praktiskt taget alla söker information på nätet, såväl yngre som äldre, och likaså använder närmast alla Google. Majoriteten använder också Wikipedia som sökkälla numera, i synnerhet de som studerar.

Färre än hälften litar på största delen av informationen på internet. Äldre är mer tillitsfulla än yngre. Det är också övervägande de unga som har fått utbildning i källkritik på nätet.

Till skillnad från föregående år så är det färre som delar andras innehåll i sociala medier. Minskningen märks i synnerhet bland de över 55 år.

Under år 2018 trädde också den nya datalagstiftningen GDPR i kraft. Frågan är vad denna lag har haft för effekt. Hela 83 procent av internetanvändarna anger att de accepterat användarvillkor på en sajt utan att läsa igenom dem.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Sökkällor och sökord

- 5.1 Det dagliga informationssökandet på nätet ökar
- 5.2 4 av 10 pensionärer googlar dagligen
- 5.3 De yngsta och äldsta har svårast att hitta sökord
- 5.4 94 procent av de studerande använder sig av Wikipedia

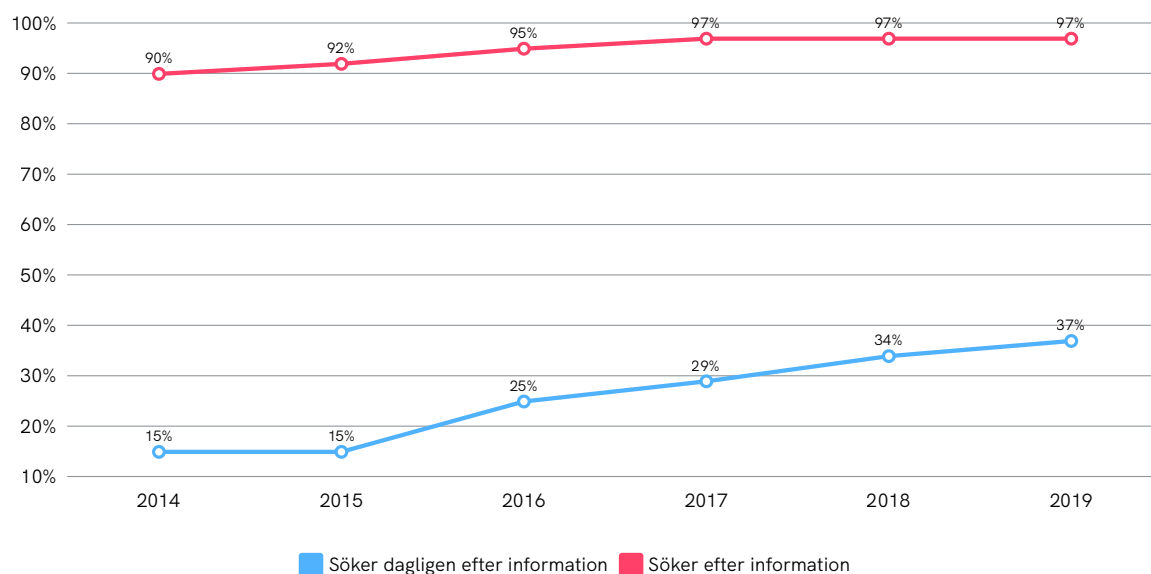
Källkritik – Att värdera information

- 5.5 Äldre litar mer på information på nätet än yngre
- 5.6 Knappt 4 av 10 internetanvändare har fått utbildning i källkritik
- 5.7 Var tredje lär sig om källkritik via tidningsartiklar
- 5.8 4 av 5 accepterar användarvillkor utan att läsa igenom dem
- 5.9 Allt färre delar andras innehåll i sociala medier
- 5.10 De över 55 år har minskat sitt delande av andras innehåll
- 5.11 Något färre kontrollerar avsändare eller innehållets trovärdighet

Sökkällor och sökord

Det dagliga informationssökandet på nätet ökar

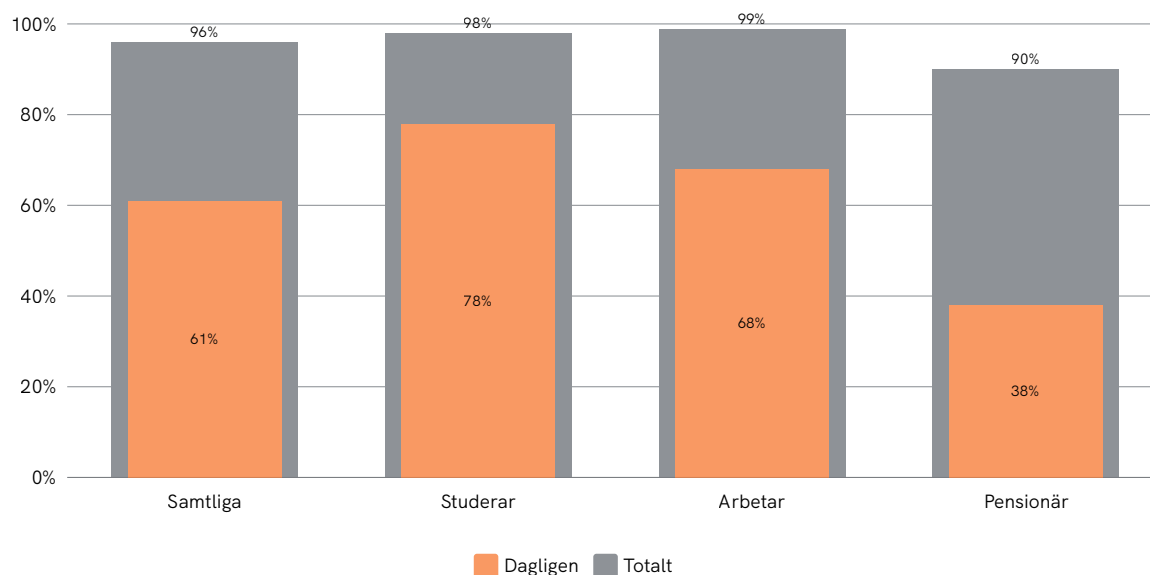
Diagram 5.1 Andel av internetanvändarna (12+ år), Söker efter information på internet, år 2014-2019



Praktiskt taget alla internetanvändare använder internet till att söka information. De senaste tre åren har detta legat på en konstant nivå på 97 procent. Att söka information på daglig basis ökar dock konstant. Sedan år 2014 har den dagliga informationssökningen mer än dubblats.

4 av 10 pensionärer googlar dagligen

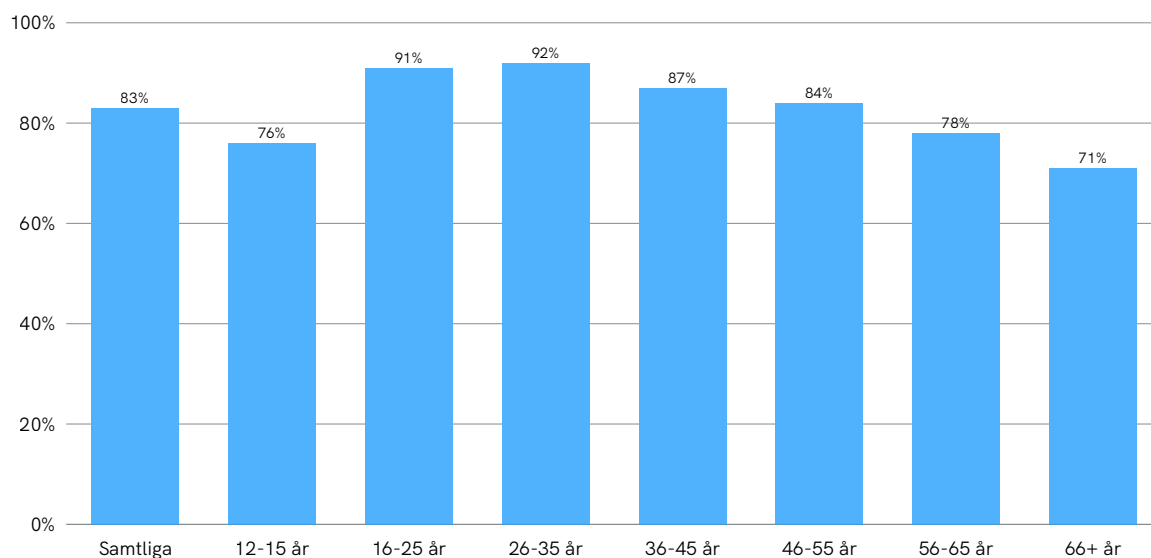
Diagram 5.2 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Google sök minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), Sysselsättning år 2019



Att använda Googles söktjänst ligger på samma nivå som föregående år, både totalt sett och dagligen. Praktiskt taget alla – hela 96 procent – googlar. Det dagliga användandet ligger på 61 procent och är störst hos de som studerar på 78 procent och lägst bland pensionärer på 38 procent.

De yngsta och äldsta har svårast att hitta sökord

Diagram 5.3 Andel av internetanvändarna (12+ år), Jag tycker det är enkelt att hitta bra sökord när jag ska söka på nätet (googla), Instämmer (4+5) i 5-gradig instämmandeskala, 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, Åldersfördelning år 2019

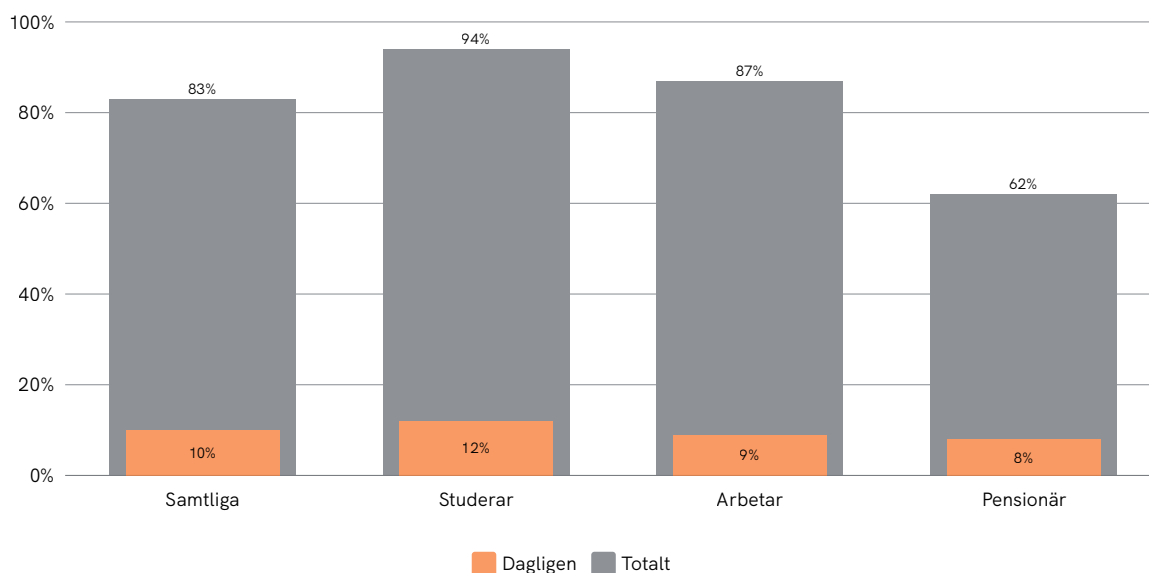


När det gäller att hitta bra sökord på nätet finner lika många som förra året att det är enkelt, det vill säga 83 procent.

Det är de yngsta 12-15 år (76%) och de äldsta 66+ år (71%) som har störst utmaning att hitta bra sökord. Enklast anser de som är 16-35 år att det är, där runt 90 procent hittar bra sökord.

94 procent av de studerande använder sig av Wikipedia

Diagram 5.4 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Wikipedia minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), Sysselsättning år 2019

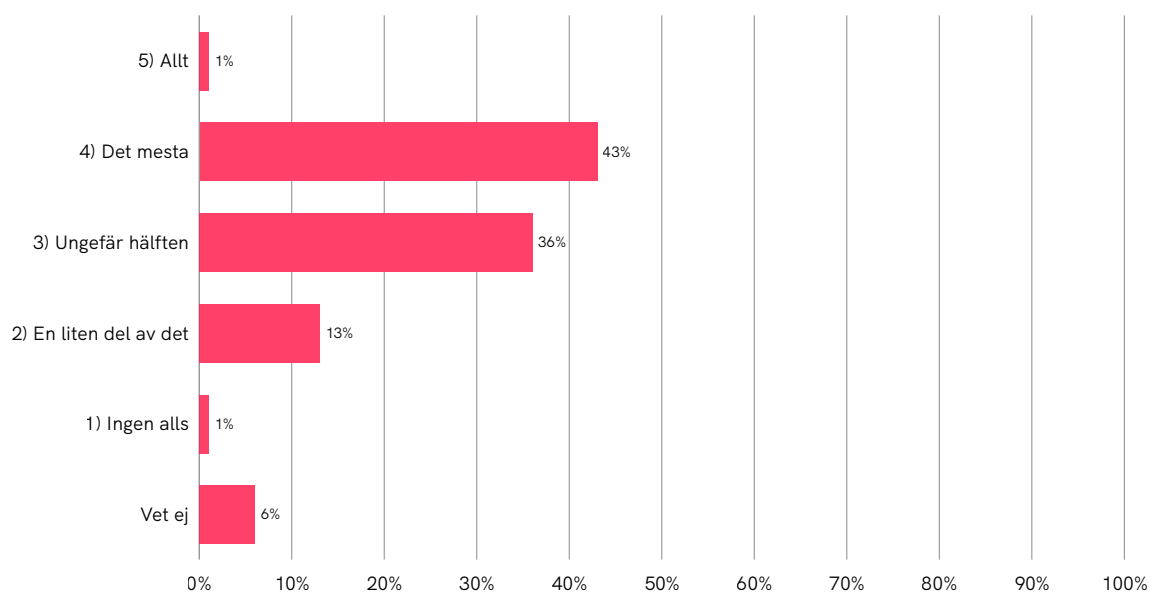


Liksom Google sök ligger Wikipedia, en mångspråkig encyklopedi på internet, på samma nivå som föregående år, både totalt sett och i daglig användning. Totalt sett används Wikipedia av 83 procent av internetanvändarna och 10 procent nyttjar Wikipedia dagligen. Hela 94 procent av de som studerar använder sig av Wikipedia. De som arbetar kommer tätt efter på 87 procent och 62 procent av pensionärerna använder Wikipedia.

Källkritik – att värdera information

Äldre litar mer på informationen på nätet än yngre

Diagram 5.5 Andel av internetanvändarna (12+ år), Hur mycket av informationen de tar del av på internet som de anser är pålitlig, år 2019

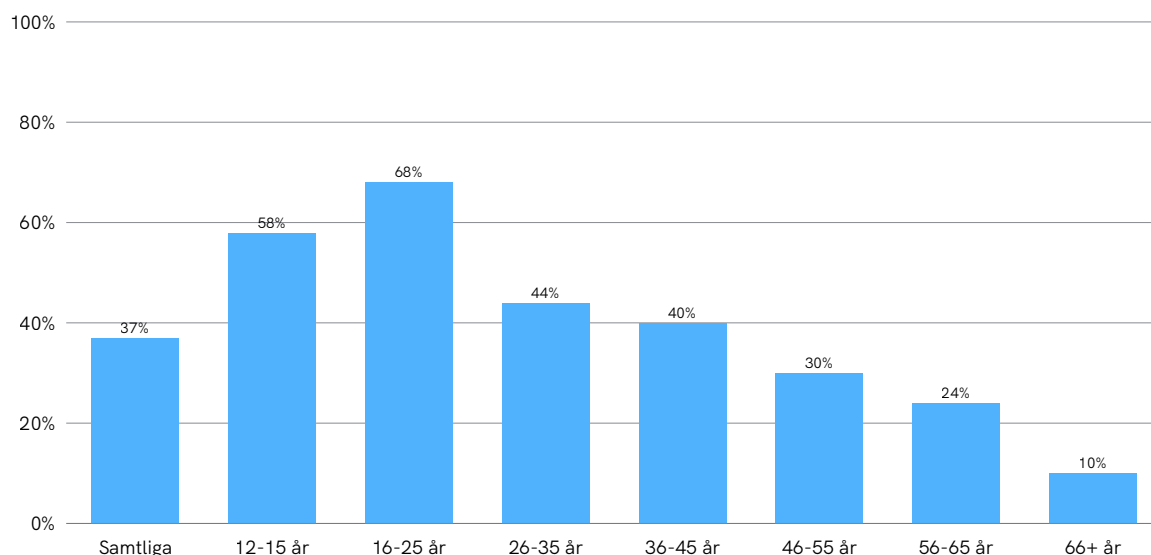


Bara 1 procent tror att all information på internet är pålitlig och lika många att ingen information alls går att lita på. Totalt sett tror 80 procent att minst hälften går att lita på varav 43 procent tror det mesta och 36 procent endast hälften. Drygt var tionde, 13 procent, tror att det endast är en liten del av informationen som är pålitlig.

Högst förtroende har män, 56–65-åringar och högutbildade. Lägst förtroende har 16–35-åringar.

Knappt 4 av 10 internetanvändare har fått utbildning i källkritik

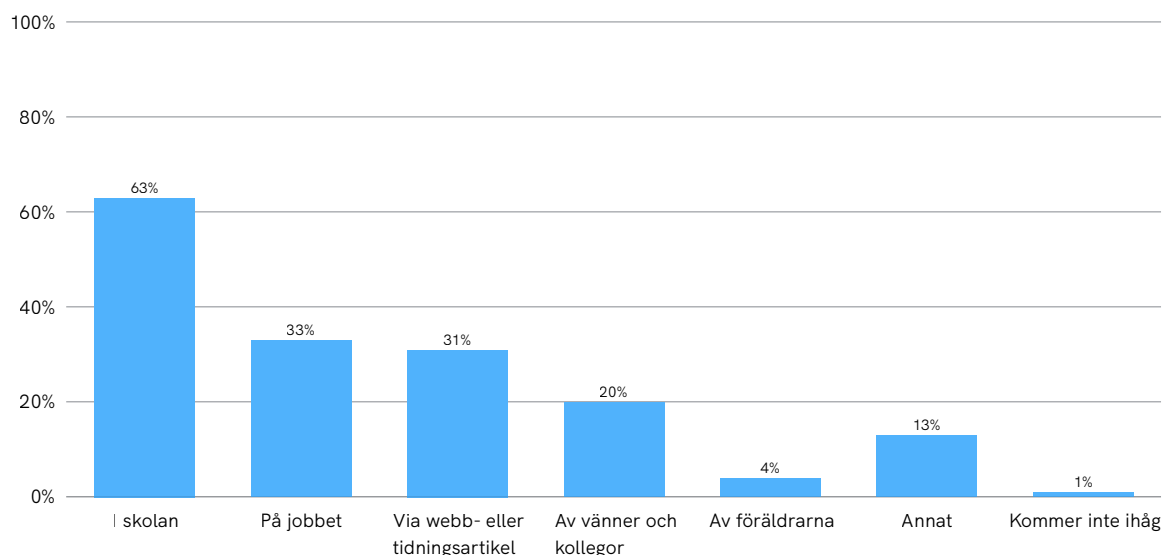
Diagram 5.6 Andel av internetanvändarna (12+ år), Har fått utbildning/information om hur värdera information på nätet, Åldersfördelning år 2019



Drygt en tredjedel av internetanvändarna har fått utbildning/information om hur de ska värdera information på nätet (37%). Det är en stor övervikt bland de unga där cirka två tredjedelar av de som är 12-25 år har fått utbildning/information. Bland de äldre än 65 år har endast 10 procent fått någon utbildning/information om hur man värderar information på nätet.

Var tredje lär sig om källkritik via tidningsartiklar

Diagram 5.7 Har fått utbildning i att värdera information på internet (12+ år), Hur de fått utbildning/information, år 2019 (Fler svarsalternativ möjliga)

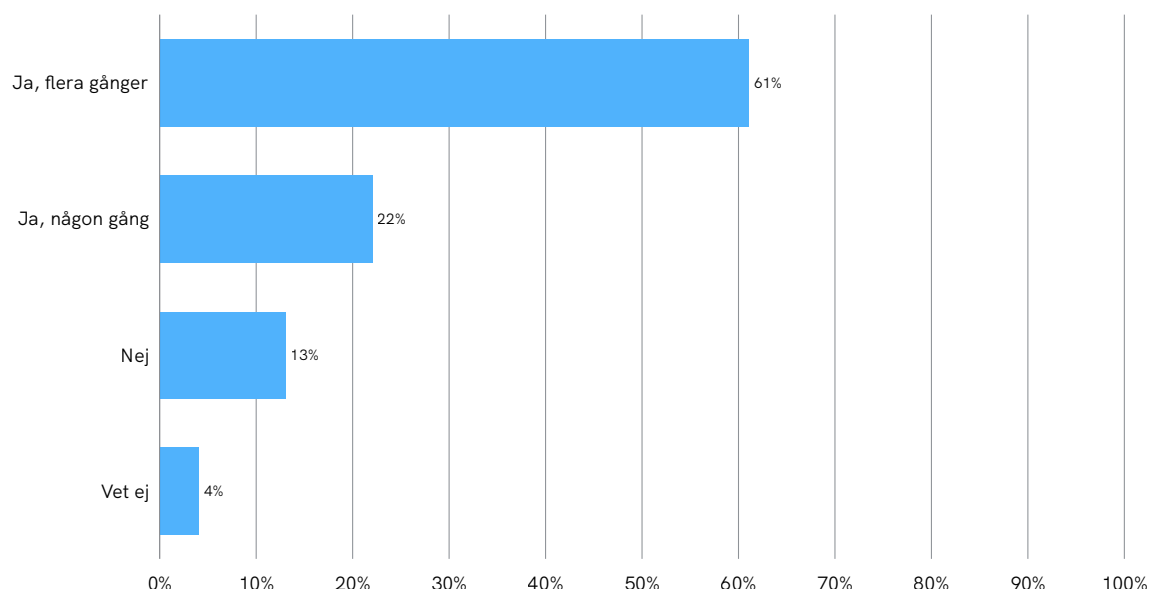


Var tredje uppger att de har fått utbildning/information om hur man värderar information på internet via en webb- eller tidningsartikel. Utöver skola och arbete så spelar således media en viktig roll för detta ändamål. I synnerhet tenderar de som är 36–55 år (40%) att läsa webb- och tidningsartiklar i ämnet.

Av naturliga skäl anger de upp till 35 år oftare skolan som kunskapskälla och de äldre än 35 år arbetet. Var fjärde 12–15-åring anger också att deras föräldrar informerar dem om källkritik på nätet.

4 av 5 accepterar användarvillkor utan att läsa igenom dem

Diagram 5.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har under året accepterat användarvillkor på någon sajt utan att läsa igenom dem (GDPR), år 2019



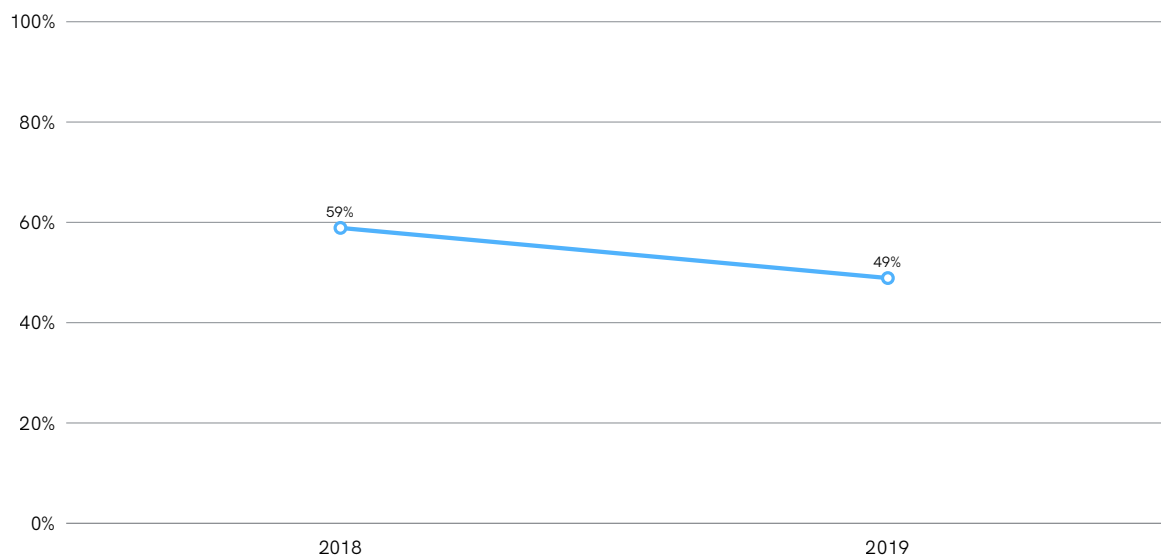
Under år 2018 trädde den nya datalagstiftningen GDPR i kraft. GDPR är en europeisk förordning som skyddar individen genom att hindra företag och organisationer från att databehandla personuppgifter utan samtycke, till exempel av användarvillkor.

Hela 83 procent av internetanvändarna anger att de accepterat användarvillkor på en sajt utan att läsa igenom dem, varav 61 procent uppger att de har gjort detta frekvent. Endast 13 procent säger att de inte gjort det. En mindre andel, 4 procent, uppger också att de inte vet om de gjort detta eller ej.

De som mer än genomsnittet accepterar utan att läsa igenom villkor är de i höginkomsttagarhushåll (94%), de i åldern 36–45 år (93%) och högutbildade (88%).

Allt färre delar andras innehåll i sociala medier

Diagram 5.9 Andel av internetanvändarna (12+ år), Delar eller skickar vidare andras innehåll i sociala medier, år 2018-2019

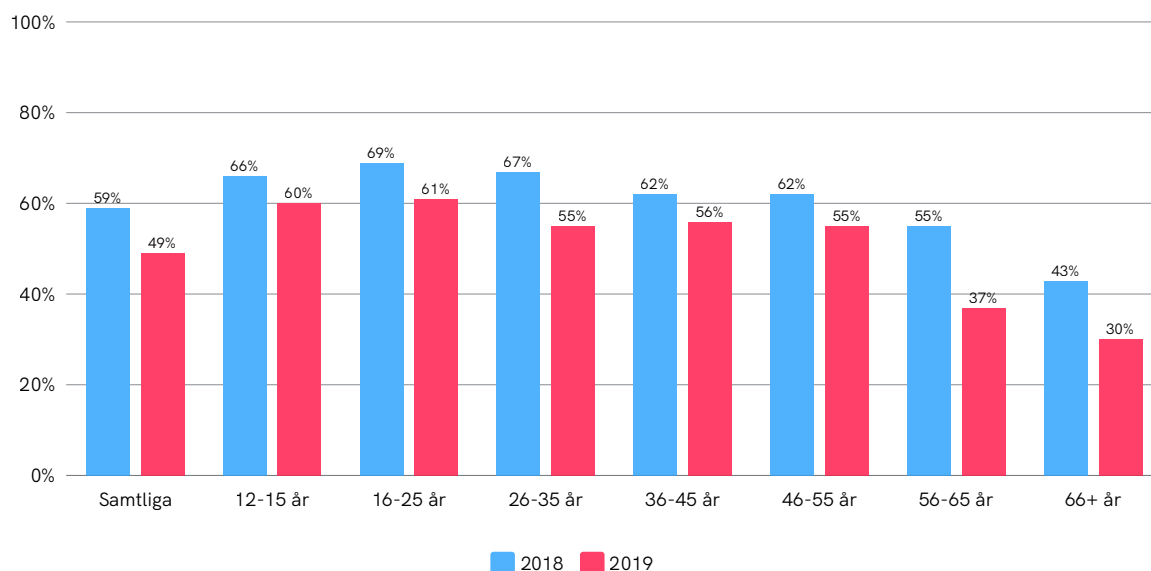


Förra året angav 59 procent att de delade eller skickade vidare andras innehåll i sociala media vilket sjunkit med hela 10 procentenheter till 49 procent i år. Användningen av sociala media totalt sett har inte minskat (för mer information se kapitel 7).

Låt oss titta närmare på i vilka åldrar det delas och vilka som har minskat delandet av andras innehåll i nästa diagram 5.10.

De över 55 år har minskat sitt delande av andras innehåll

Diagram 5.10 Andel av internetanvändarna (12+ år), Delar eller skickar vidare andras innehåll i sociala medier, Åldersfördelning år 2018-2019



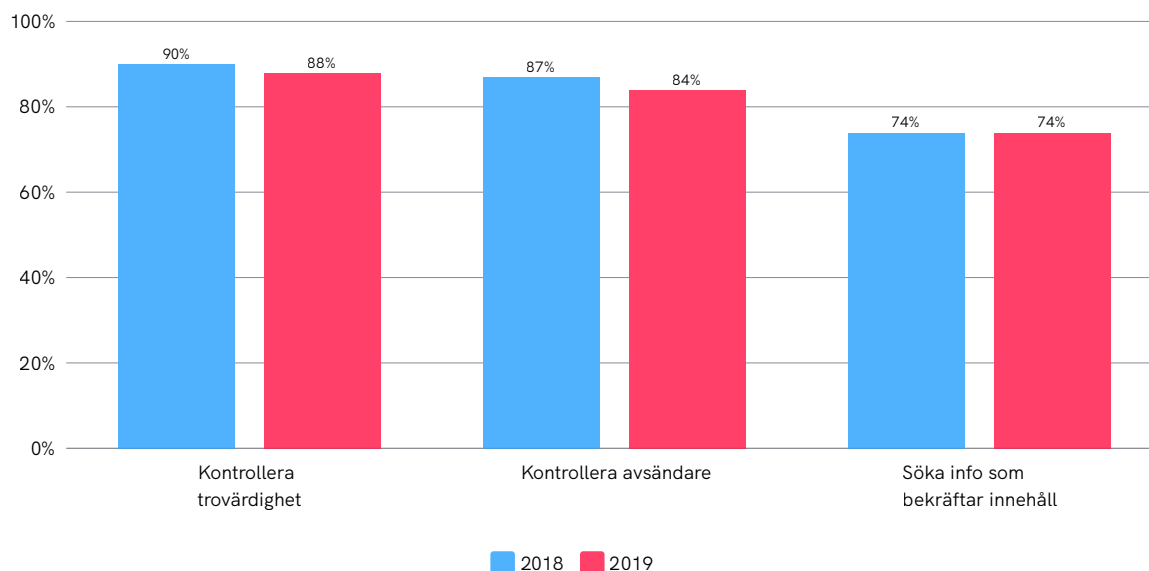
De yngsta 12-25 år (60%) är den mest frekventa åldersgruppen på att dela andras innehåll. Minskningen märks i alla åldersgrupper men den har i synnerhet skett bland de äldre än 55 år.

Sett till kön är överlag kvinnor (56%) flitigare på att dela andras innehåll i sociala media än män (43%). Vi ser även att män tenderar dela något mer sällan i år.

Det är främst de som delar andras innehåll "någon gång" än de som delar ofta som har minskat sitt delande. De som delar ofta ligger kvar på samma nivå.

Något färre kontrollerar avsändare eller innehållets trovärdighet

Diagram 5.11 Andel av internetanvändarna som delar andras innehåll i sociala medier (12+ år), Kontrollerar att innehållet verkar trovärdigt / Kontrollerar att avsändaren är en person eller organisation jag litar på / Söker efter information som bekräftar innehållet innan jag delar vidare, år 2018–2019



Vilka kontroller är det då vi gör innan vi delar andras innehåll i sociala medier? Vi har tittat närmare på tre olika – att kontrollera trovärdigheten, att kontrollera avsändare och att söka information som bekräftar innehåll – och mer än 7 av 10 gör någon form av kontroll. De flesta kontrollerar att innehållet verkar trovärdigt (88%) följt av att kontrollera att avsändaren är pålitlig (84%). Det är dock något färre i år som gör dessa kontroller till skillnad från föregående år. Det är framförallt de som alltid gjorde kontrollerna tidigare som minskat något. Att söka information som bekräftar innehållet ligger på samma nivå som år 2018.

De som i högre grad gör kontroller är de i åldern 36–45 år och de som gör dem i något lägre grad är de yngre.

E-post dominerar – men kommer chatt att ta över?

E-post är den kommunikationstjänst som praktiskt taget alla använder. Värt att notera är att e-post är en av de få företeelser på internet som de äldre nyttjar oftare varje dag än de unga. De yngre chattar oftare dagligen och chattandet fortsätter att öka. Likaså ökar videosamtal och telefonsamtal över internet något.

Facebook Messenger är den meddelande- och samtalstjänst som flest använder av de vi frågat om. Den ökar bland de äldre och minskar bland de yngre men ligger totalt sett på samma nivå som föregående år. Whatsapp ökar däremot något medan Skype minskar jämfört med föregående år.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

E-post, Chatt, Internettelefon och Videosamtal

- 6.1 E-post fortfarande vanligare än chatt
- 6.2 Treårstrend – 97 procent använder e-post
- 6.3 De äldsta e-postar oftare än de yngsta på daglig basis
- 6.4 Daglig chatt har dubblerats på fem år
- 6.5 Drygt 9 av 10 under 45 år chattar
- 6.6 Antal telefonsamtal över internet har dubblerats på åtta år
- 6.7 7 av 10 ringer videosamtal – fortsätter att öka
- 6.8 Kommer chatt att ta över e-postens dominerande roll i framtiden?

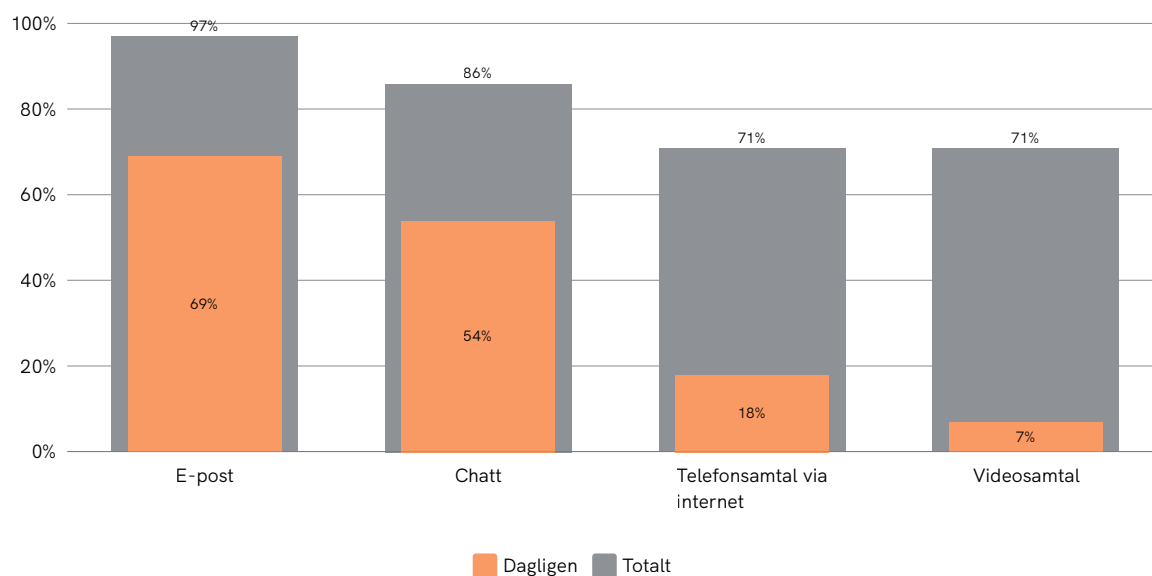
Meddelande- och samtalstjänster

- 6.9 Messenger populärast, Skype minskar, Whatsapp ökar
- 6.10 Drygt 8 av 10 mellan 16–35 år använder Messenger

E-post, Chatt, Internettelefoni och Videosamtal

E-post fortfarande vanligare än chatt

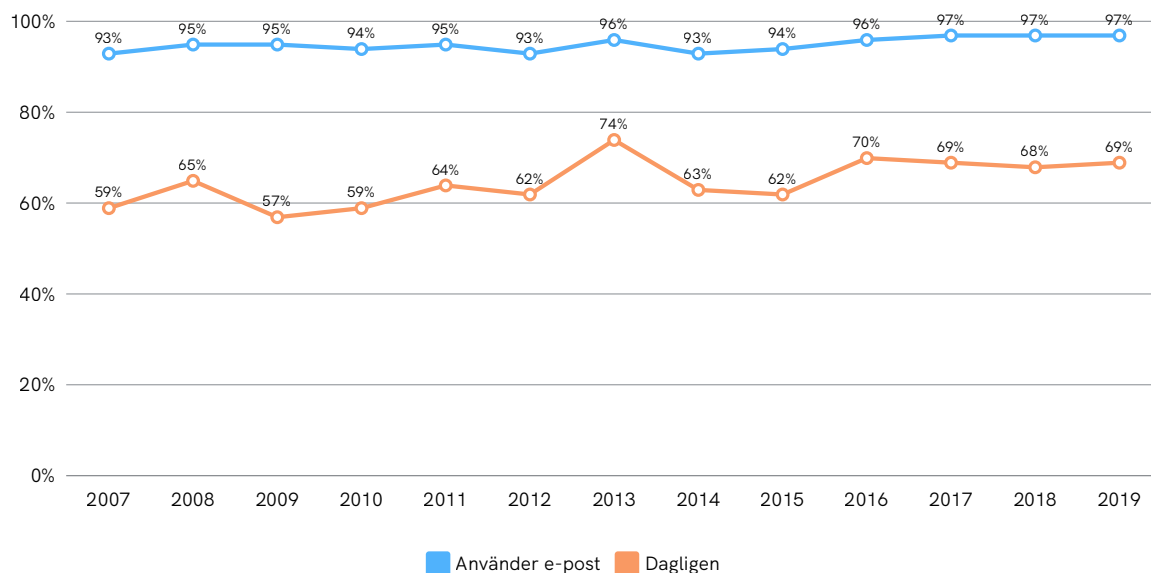
Diagram 6.1 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder olika sätt att kommunicera över internet minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), år 2019



E-post, en av de äldsta kommunikationstjänsterna på internet, har en dominerande ställning både totalt sett och på daglig basis. Chatt, det vill säga korta meddelanden över internet, växer dock och likaså videosamtal och telefonsamtal över internet. Allt detta ska vi titta närmare på i detta kapitel.

Treårstrend – 97 procent använder e-post

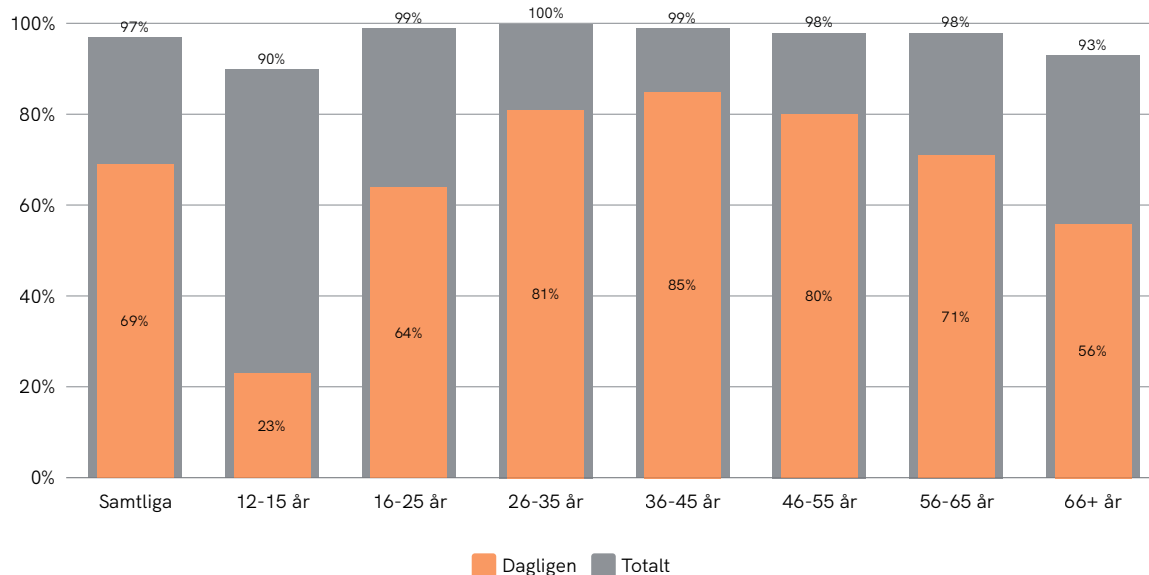
Diagram 6.2 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder e-post minst någon gång respektive dagligen, år 2007–2019



Redan för tio år sedan låg e-postandet på över 90 procent totalt sett och nära 60 procent på daglig basis. De senaste tre åren så e-postar 97 procent av internetanvändarna någon gång och nästan 70 procent gör det dagligen. Användandet av e-post skiljer sig dock åt åldersmässigt vilket vi kan se i nästa graf – diagram 6.3.

De äldsta e-postar oftare än de yngsta på daglig basis

Diagram 6.3 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder e-post minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), Åldersfördelning år 2019

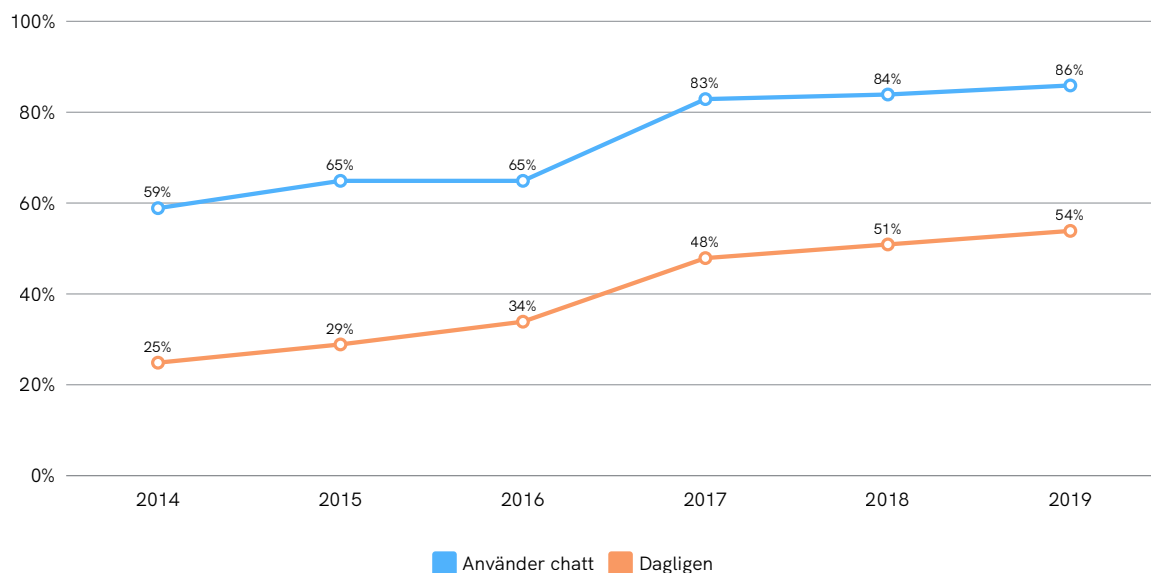


Totalt sett använder minst 90 procent av alla åldersgrupper e-post någon gång. Av de i åldern 26-35 år använder alla – 100 procent – e-post. I det dagliga användandet skiljer det sig dock en hel del åt.

De som är 36-45 år (85%) är flitigast i den dagliga användningen. Bland de yngsta 12-15 år (21%) och de äldsta 66+ år (56%) är glappet stort. E-post är alltså en av de få företeelser på internet som de äldre nyttjar oftare på daglig basis än de unga. Män och kvinnor e-postar lika mycket.

Daglig chatt har dubblerats på fem år

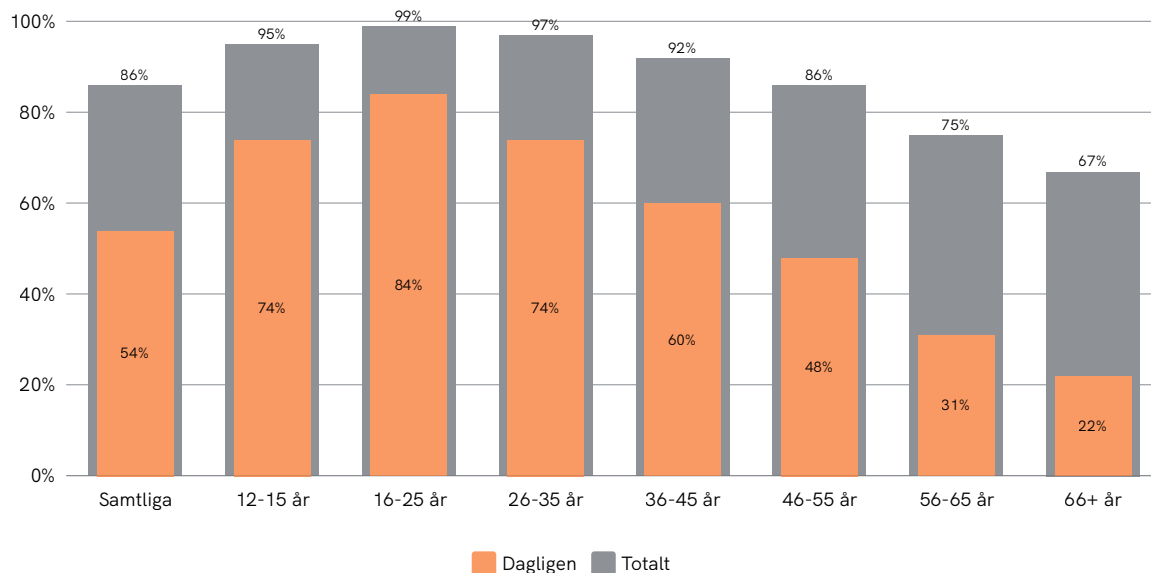
Diagram 6.4 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder chatt minst någon gång respektive dagligen, år 2014–2019



De senaste åren har runt hälften av alla internetanvändare chattat på daglig basis. Både det dagliga och totala användandet ökar varje år och det sistnämnda ligger nu på höga 86 procent. Ordet chatt kommer från engelskans "småprata" – helt enkelt att skriva korta meddelanden och småprata på internet.

Drygt 9 av 10 under 45 år chattar

Diagram 6.5 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder chatt/direktmeddelanden minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), Åldersfördelning år 2019

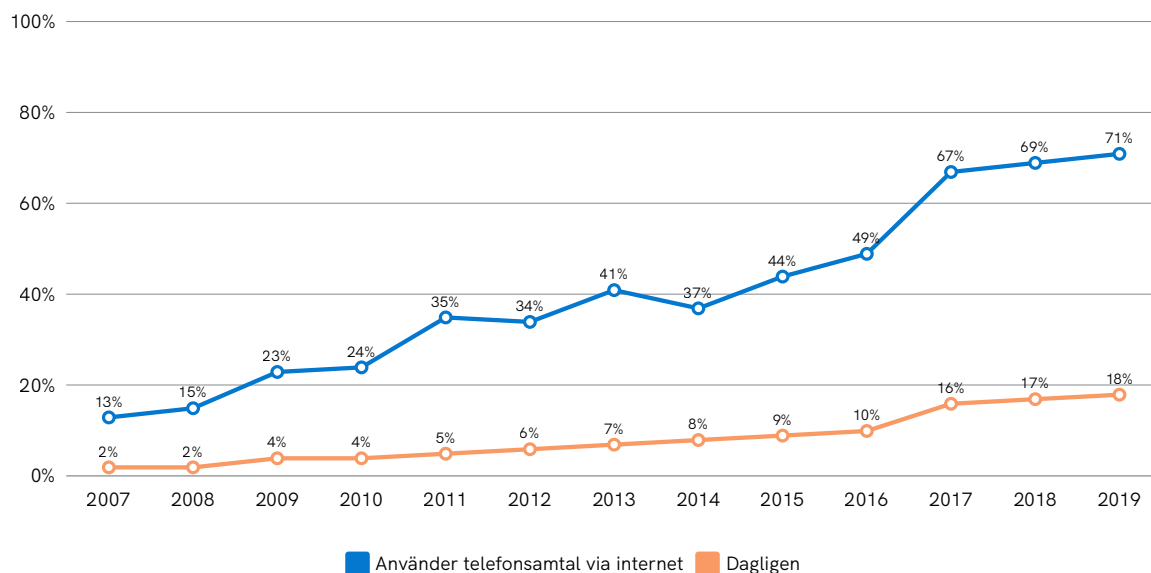


Chattandet är på frammarsch, i synnerhet hos den yngre halvan av internetbefolkningen. Upp till 35 år är det totala chattandet 95 procent eller högre. Värt att notera är att de yngsta 12-15 år chattar dagligen (74%) i betydligt högre utsträckning än de e-postar dagligen (23%). För de äldre är förhållandet det motsatta. Än så länge.

Sett till män och kvinnor är det inga signifikanta skillnader varken totalt eller på daglig basis. Däremot tenderar kvinnor chatta oftare flera gånger dagligen än män.

Telefonsamtal över internet har dubblerats på åtta år

Diagram 6.6 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder internet för att ringa upp eller ta emot telefonsamtal någon gång respektive dagligen, år 2007–2019

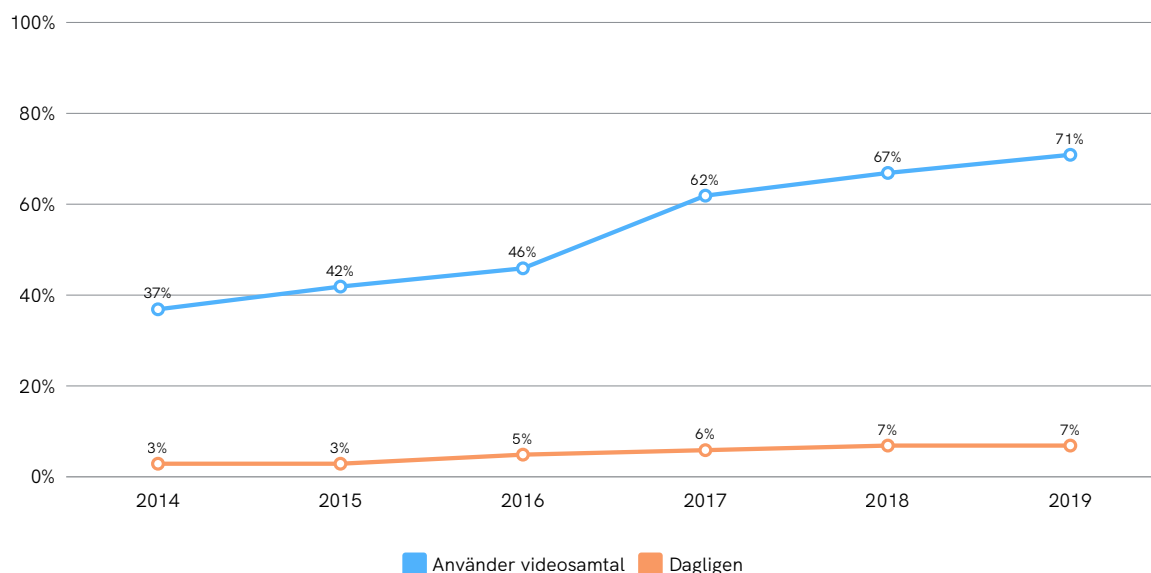


Att ringa över internet ökar stadigt. Idag ringer 7 av 10 internetanvändare telefonsamtal över internet och nära 2 av 10 gör det dagligen.

De yngre är flitigare användare än de äldre. Under 35 år ringer nära 9 av 10 någon gång över nätet och efter 65 år är det knappt hälften som gör det. Här finns inga skillnader mellan män och kvinnor men däremot är det fler som är födda utanför Norden (85%) som nyttjar denna samtalstjänst.

7 av 10 ringer videosamtal – fortsätter att öka

Diagram 6.7 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder internet för videosamtal någon gång respektive dagligen, år 2014–2019

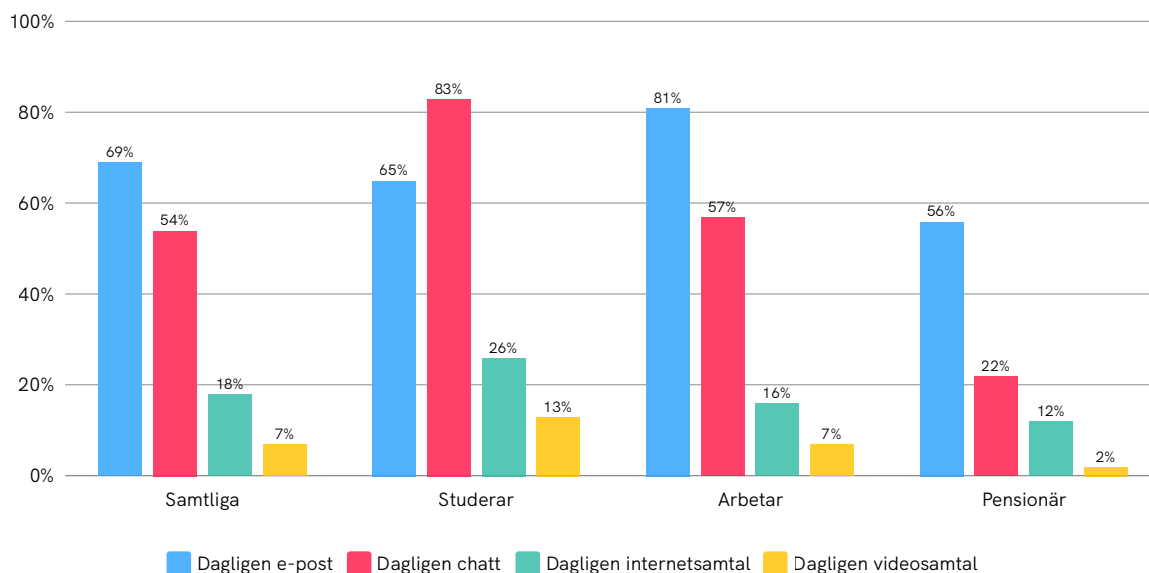


Videosamtal ökar något mer än röstsamtal över internet. I år är det totalt sett lika många som ringer röstsamtal över internet som ringer videosamtal – hela 71 procent. På daglig basis hamnar dock videosamtalen efter på blott 7 procent där samtal över internet är mer än dubbelt så många (18%).

Även här dominerar den yngre halvan av internetbefolkningen. Fler än 8 av 10 under 45 år nyttjar tjänsten, användandet avtar sedan med stigande ålder. De som är födda utanför Norden (84%) är även här flitigare användare. Det finns inga könsskillnader i användandet av videosamtal.

Kommer chatt att ta över e-postens dominerande roll i framtiden?

Diagram 6.8 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder olika sätt att kommunicera över på daglig basis, Sysselsättning år 2019.

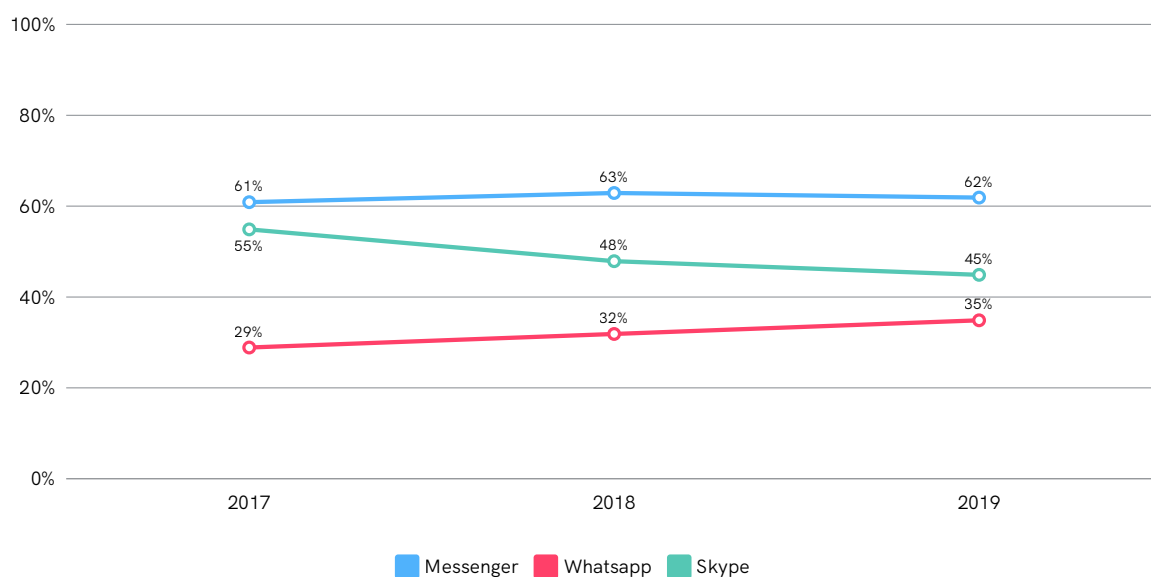


De som idag studerar (83%) chattar i betydligt högre utsträckning än de e-postar (65%) dagligen. De ringer oftare videosamtal och telefonsamtal över internet än de som arbetar eller är pensionärer. Majoriteten av de som studerar är födda på 00- och 90-talet och kommer de att ta med sig dessa kommunikationssätt när de kommer ut i arbetslivet? Kommer chatten på sikt att ta över e-postens första plats i den digitala kommunikationen?

Meddelande- och samtalstjänster

Messenger populärast, Whatsapp ökar, Skype minskar

Diagram 6.9 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Skype och Whatsapp år 2017–2019 samt andel av internetanvändarna (16+ år) Använder Facebook Messenger år 2017–2019



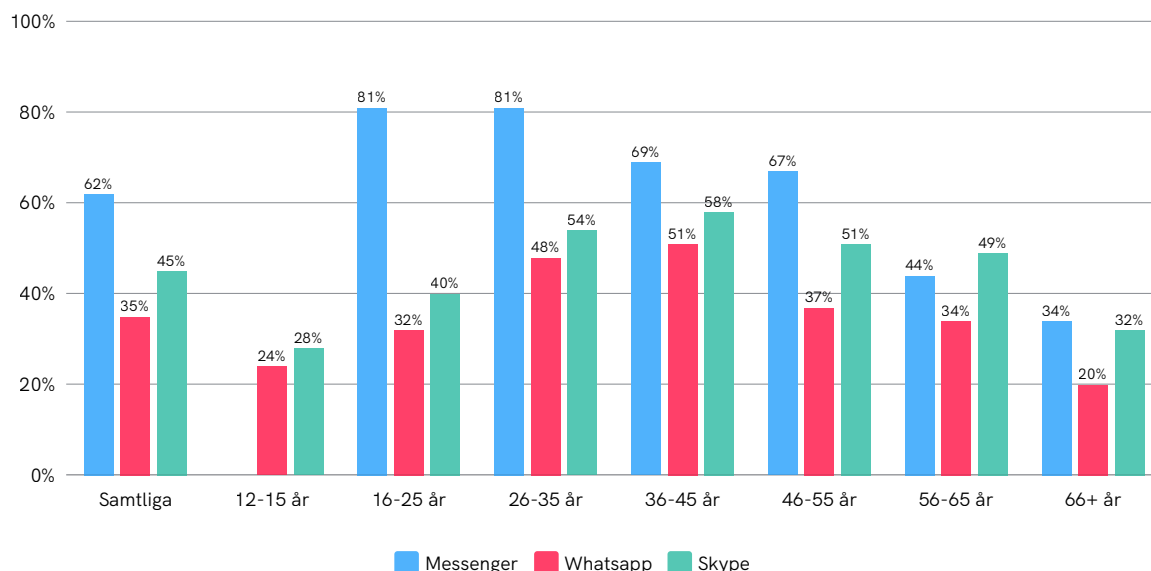
Det finns idag många olika meddelande- och samtalstjänster och här tittar vi närmare på tre av dem – Facebook Messenger, Whatsapp och Skype. Facebook Messenger är den tjänst som flest använder och användandet ligger i nivå med föregående år (62%).

Whatsapp ökar däremot något jämfört med förra året och på tre år har användandet ökat 6 procentenheter. Det dagliga användandet ligger på 11 procent, vilket är i linje med föregående år.

Skype minskar istället något jämfört med år 2018. Det dagliga användandet ligger idag på cirka 5 procent vilket också är i nivå med år 2018.

Drygt 8 av 10 mellan 16–35 år använder Messenger

Diagram 6.10 Andel av internetanvändarna, Använder Facebook Messenger (16+ år), Whatsapp respektive Skype (12+ år) minst någon gång, Åldersfördelning år 2019



Facebook Messenger används i högre utsträckning i samtliga åldrar utom bland 56–65-åringarna där Skype är snäppet vanligare. Bland de allra äldsta över 65 år är användningen ungefär jämt fördelat mellan Messenger och Skype.

Messenger har sin största målgrupp bland 16–35-åringar (81%). Whatsapp och Skype används som mest av 36–45-åringar.

Både Skype (57%) och Whatsapp (65%) används dessutom i något högre utsträckning av de som är födda utanför Norden.

Observera! Viktigt att ha i åtanke att dessa tre inte enbart konkurrerar med varandra utan att det även finns många andra tjänster på marknaden.

Antalet användare av sociala medier börjar plana ut

En stor majoritet – 83 procent – av internetanvändarna använder sociala medier. Från år 2010 har det skett en ökning i användandet varje år men den har nu avstannat. De tjänster som vuxit snabbt de senaste åren som Instagram och Snapchat har minskat i tillväxttakt och ligger mer eller mindre kvar på samma nivåer som föregående år. Facebooks tillväxt tycks ha stannat av och eventuellt kan vi till och med ana en nedåtgående trend.

De unga är i majoritet på sociala medier och de yngsta föredrar Snapchat framför Facebook där i många fall deras föräldrar befinner sig. Vilka beteenden kommer de att ta med sig framöver och hur kommer det att påverka de olika sociala nätverkens roller i vårt digitala samhälle? Faktum är att bland användarna av sociala medier så känner endast en fjärdedel att tiden de spenderar på de olika sociala nätverken är meningsfull.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Användandet av sociala medier – en översikt

- 7.1 Sociala medier används på samma nivå som föregående år
- 7.2 4 av 10 upplever inte sin tid på sociala medier som meningsfull
- 7.3 De största sociala nätverken minskar i tillväxttakt
- 7.4 Kvinnor använder sociala medier oftare än män
- 7.5 Praktiskt taget alla som studerar använder sociala medier
- 7.6 Tre sociala nätverk är mer populära i städerna

Facebook, Instagram och Snapchat

- 7.7 Har Facebook nått sin peak?
- 7.8 Färre lägger ut bilder, skriver eller delar andra inlägg på Facebook
- 7.9 Instagram växer men har minskat i tillväxttakten
- 7.10 Snapchat har tappat tempo i sin tillväxt
- 7.11 De yngsta föredrar Snapchat och väljer bort Facebook

Twitter, LinkedIn och Flashback

7.12 Användningen av Twitter fluktuerar något över åren

7.13 Linkedins tillväxt planar ut

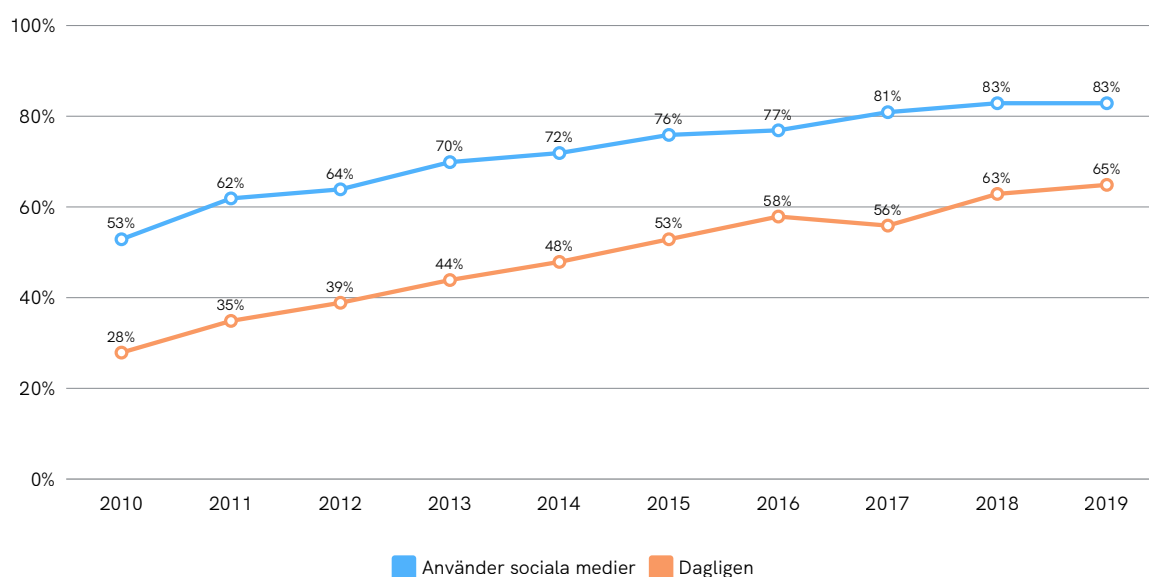
7.14 En tredjedel använder Flashback

7.15 Fler 26–35-åringar på Flashback än på Twitter och LinkedIn

Användandet av sociala medier – en översikt

Sociala medier används på samma nivå som föregående år

Diagram 7.1 Andel av internetanvändarna (12+ år), Besöker sociala medier minst någon gång respektive dagligen, år 2010–2019

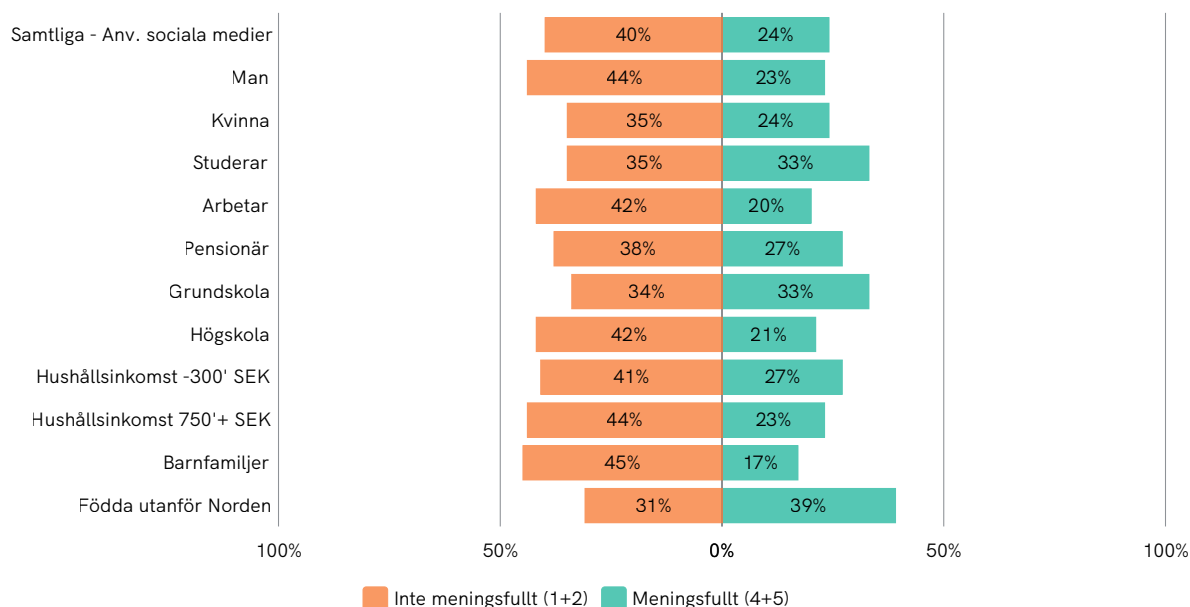


Liksom föregående år ligger användandet av sociala medier på 83 procent totalt sett. Det dagliga användandet har ökat marginellt till 65 procent.

I Europa använder Sverige i högre grad sociala medier än genomsnittet bland EU-länderna som år 2018 låg på 56 procent. (Källa: EU:s statistikmyndighet Eurostat.) Islänningarna toppar EU:s lista i användning och Sverige kommer på en femteplats.

4 av 10 upplever inte tid på sociala medier som meningsfull

Diagram 7.2 Andel användare av sociala medier (16+ år), i vilken grad tid används väl/ meningsfullt vid användande av sociala media, Skala 1–5= Mycket meningsfullt 1=Inte alls meningsfullt, år 2019



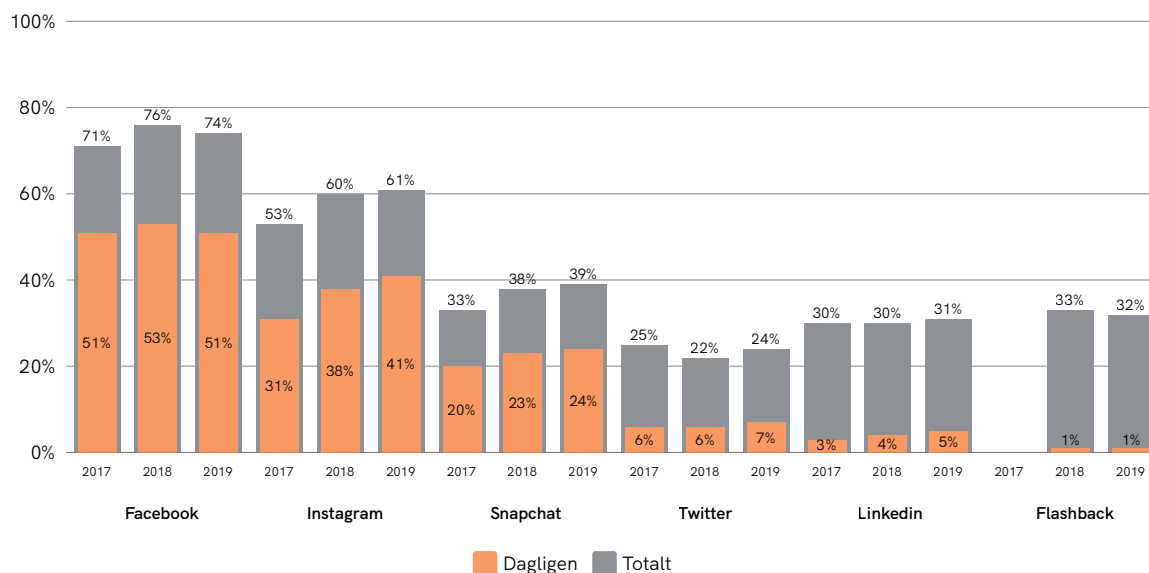
Nytt för i år är att vi frågar om hur meningsfull vi upplever att den tid är som vi lägger på sociala medier. Faktum är att endast en fjärdedel (24%) finner sin tid meningsfull. Hela 40 procent anser att tiden inte används väl/är meningsfull och nästan lika många tycker att den tiden är varken eller (36%).

Några som i högre grad tycker att tiden används väl är de som är födda utanför Norden (38%) som sannolikt delvis använder sociala medier för att hålla kontakt med släkt och vänner i andra länder. En grupp som i lägre grad finner att tiden används väl är de med hemmaboende barn (17%).

Sett till ålder så ser de 16–25 år (31%) i högre utsträckning att tiden på sociala media är meningsfull och de 26–35 år (16%) i lägre utsträckning. Likaså skiljer det sig stort åt utbildningsmässigt där fler grundskoleutbildade (33%) ser tiden som mer meningsfull till skillnad från högskoleutbildade (21%).

De största sociala nätverken minskar i tillväxttakt

Diagram 7.3 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång respektive dagligen, år 2017-2019

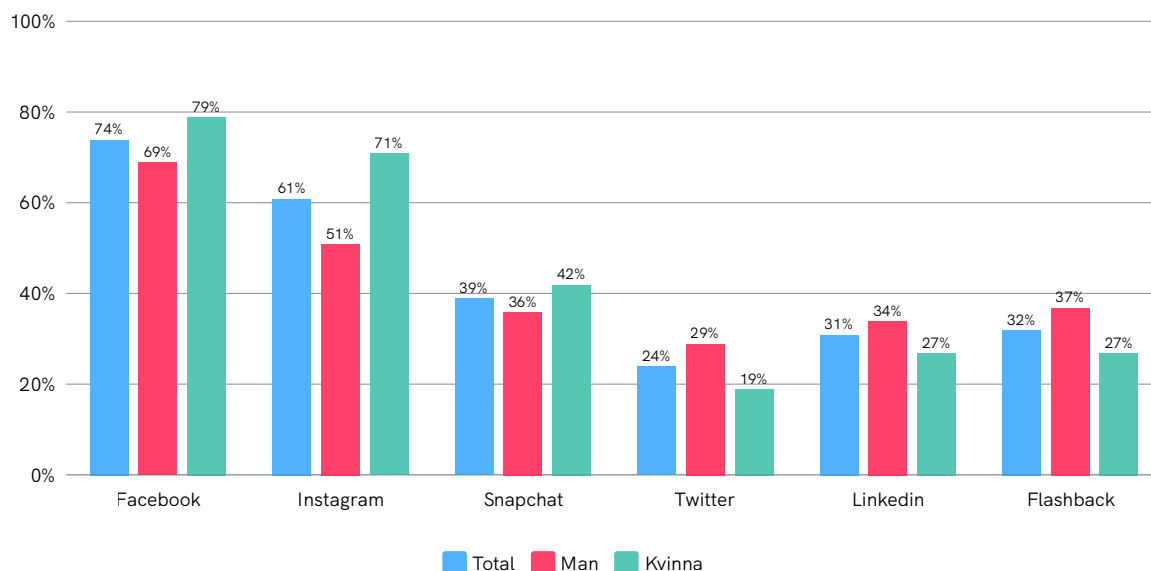


De tre största sociala nätverken Facebook (74%), Instagram (61%) och Snapchat (39%) ligger alla tre i det totala användandet på ungefär samma nivå som föregående år. I det dagliga användandet är det främst Instagram som ökar något, från 38 procent till 41 procent.

Twitter som har en tendens att fluktuera något i användandet har ökat något i år till 24 procent. LinkedIn (31%) och Flashback (32%) ligger kvar i nivå med föregående år.

Kvinnor använder sociala medier oftare än män

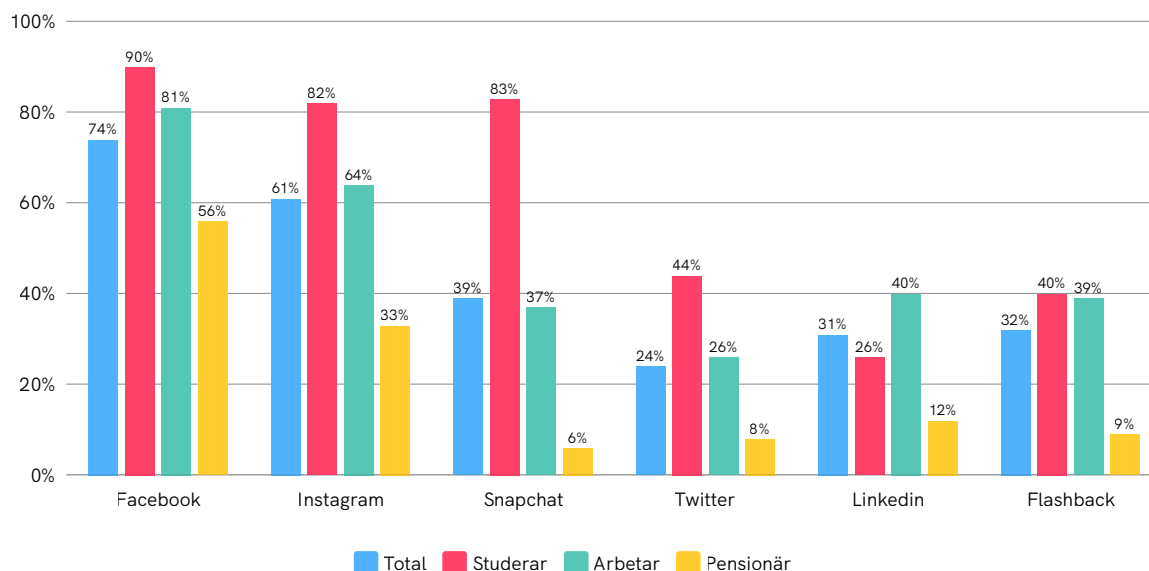
Diagram 7.4 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång, Kön år 2019



Totalt sett använder fler kvinnor (86%) sociala medier än män (79%). Kvinnor är flitigare på att använda de tre stora sociala nätverken Facebook, Instagram och Snapchat än män. Män är i sin tur i högre grad än kvinnor användare på Twitter, LinkedIn och Flashback.

Praktiskt taget alla som studerar använder sociala medier

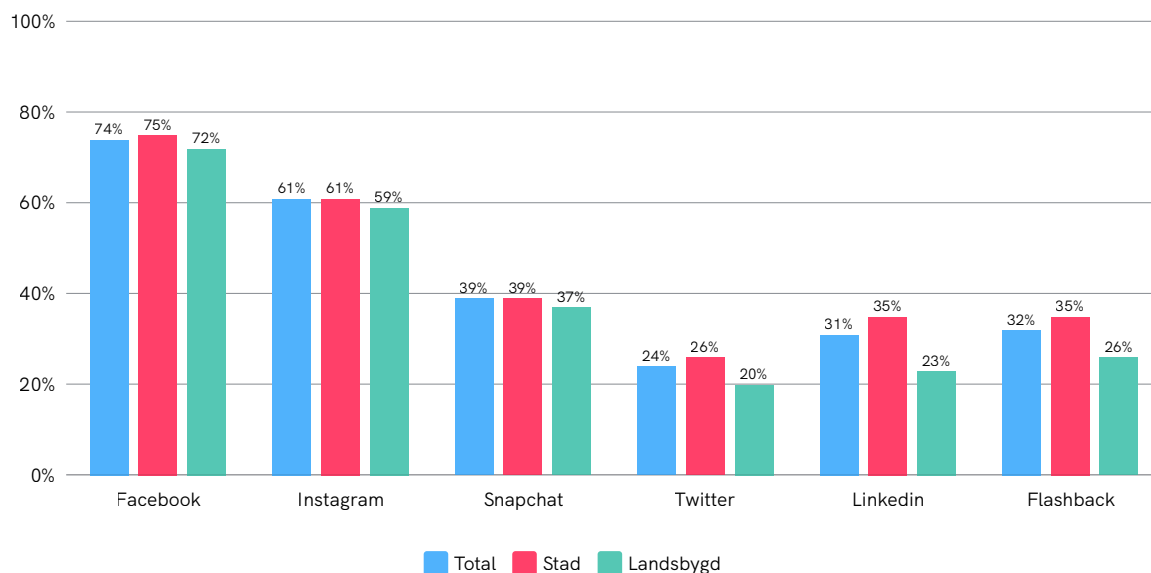
Diagram 7.5 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång, Sysselsättning år 2019



Hela 98 procent av de som studerar använder totalt sett sociala medier och är, med undantag av LinkedIn och Flashback, i betydligt högre grad användare av de andra sociala nätverken. Av de som arbetar använder 87 procent sociala medier och är av naturliga skäl i högre grad än andra på LinkedIn. I övrigt har de arbetande hög användning av Facebook. Bland pensionärerna använder 60 procent sociala medier och de är främst på Facebook och även till viss del på Instagram.

Tre sociala nätverk är mer populära i städerna

Diagram 7.6 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång, Stad/Landsbygd år 2019



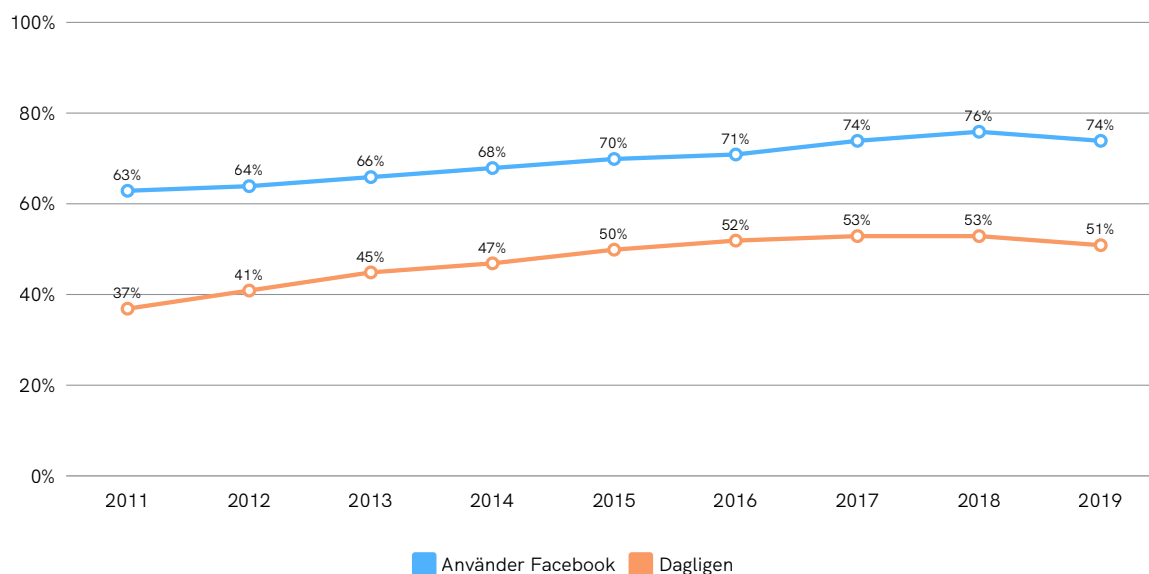
Total sett är användningen av sociala medier ganska jämnt fördelad mellan stad (84%) och landsbygd (80%).

För de tre stora sociala nätverken Facebook, Instagram och Snapchat är skillnaderna små mellan stadsbor och boende på landsbygd. Däremot är det betydligt större skillnad för Twitter, LinkedIn och Flashback där det är en större andel stadsbor som använder dessa.

Facebook, Instagram och Snapchat

Har Facebook nått sin peak?

Diagram 7.7 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Facebook minst någon gång respektive dagligen, år 2011–2019

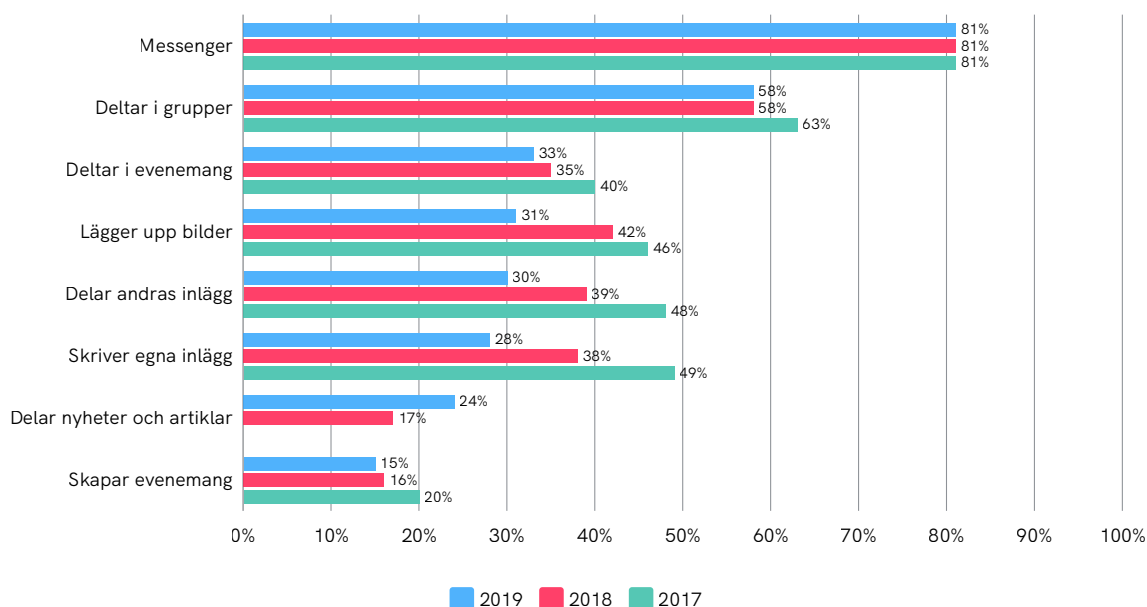


Facebook är världens största sociala nätverkstjänst och har funnits sedan år 2004. Idag använder tre fjärdedelar (74%) av internetanvändarna Facebook minst någon gång och hälften (51%) gör det dagligen. Tillväxten för Facebook tycks ha stannat av och eventuellt kan en nedåtgående trend vara på gång. Det får tiden utvisa.

Den grupp vi ser lägre användning i är de yngsta 12–15 år, till skillnad från deras föräldrageneration. Mindre än hälften av de yngsta använder idag Facebook totalt sett vilket är lika många som bland de äldsta. Faktum är att det är fler äldre än 66 år som använder Facebook dagligen, runt 4 av 10, än de 12–15 år, där färre än 1 av 10 använder Facebook på daglig basis. (Se diagram 7.11.)

Färre lägger ut bilder, skriver eller delar andras inlägg på Facebook

Diagram 7.8 Andel av Facebookanvändarna (16+ år), Uppger om de gör respektive aktivitet på Facebook, år 2017–2019



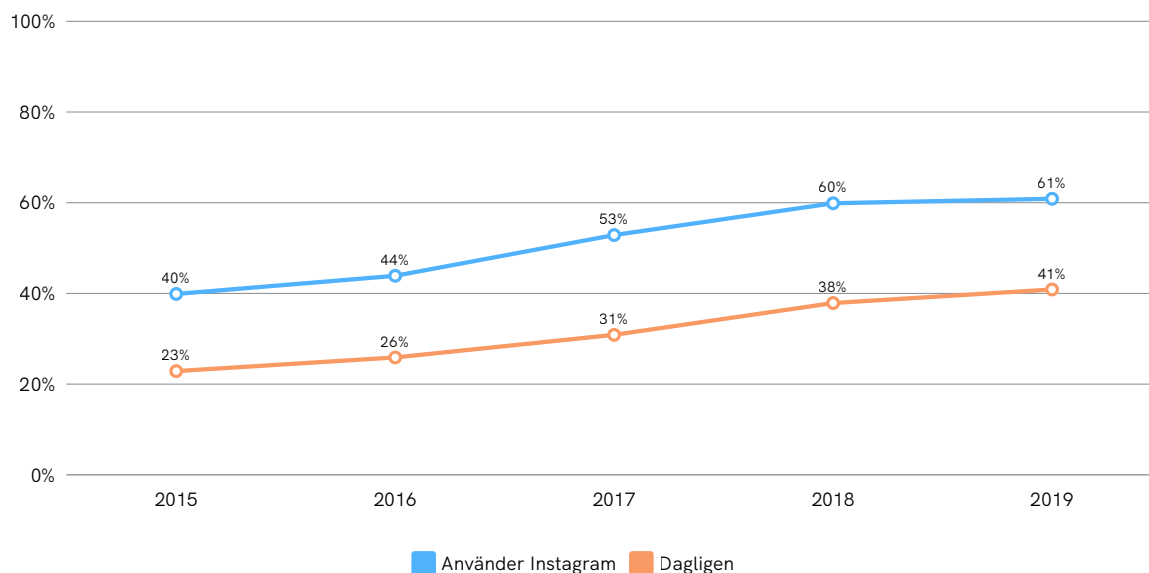
Messenger är den av Facebooks tjänster som flest nyttjar. De senaste tre åren har användandet legat på 81 procent bland Facebookanvändarna. Grupper och evenemang ligger ungefär på samma nivå som förra året, medan att skriva och dela andras inlägg samt lägga ut bilder minskar.

De i åldern 16–35 år använder framförallt Messenger samt evenemang och grupper på Facebook. En grupp som är flitigare på att skriva egna inlägg, lägga upp bilder, dela andras inlägg och nyheter är 36–55-åringar. Just vad gäller att skriva egna inlägg är funktionsvarierade något mer aktiva än genomsnittet.

Vänligen notera att frågan endast är ställd till 16 år och äldre – ej till 12–15 år.

Instagram växer men har minskat i tillväxttakten

Diagram 7.9 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Instagram minst någon gång respektive dagligen, år 2015-2019

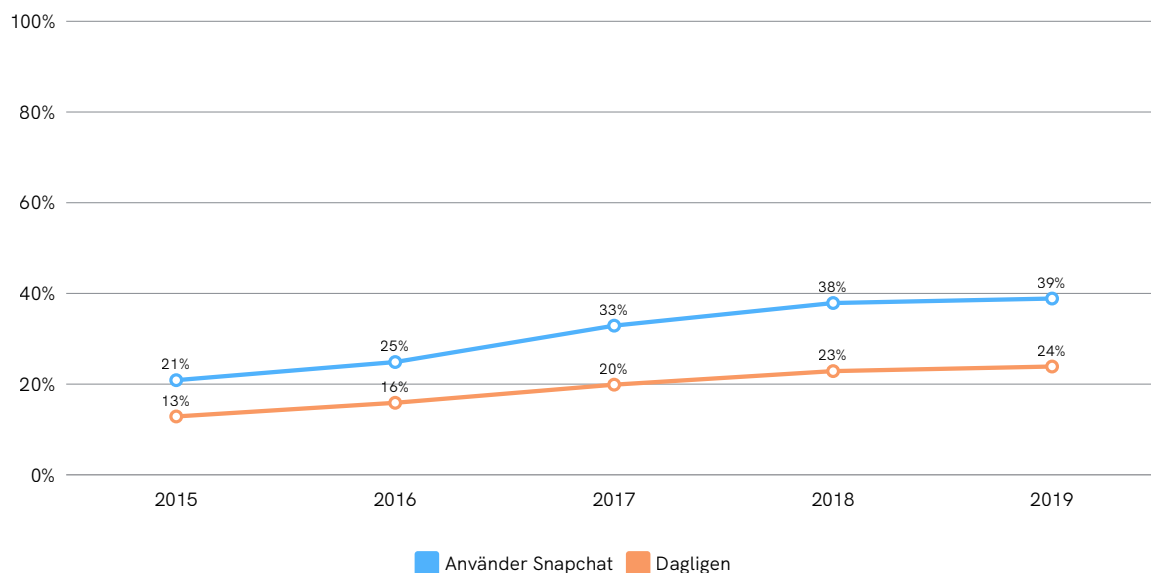


Instagram är världens näst största sociala nätverkstjänst och har funnits sedan år 2010. Instagram köptes av Facebook år 2012 men räknas som en egen tjänst. Instagrams snabba tillväxttakt fram till förra året har nu planat ut. På total nivå ligger nyttjandet i princip i linje med föregående år och på daglig basis har det ökat till 41 procent. Ökningen har framförallt skett i gruppen 36-45 år.

Mer än hälften av alla upp till 55 år använder Instagram och drygt två tredjedelar av de i åldern 12-35 år använder Instagram dagligen. (Se diagram 7.11.)

Snapchat har tappat tempo i sin tillväxt

Diagram 7.10 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Snapchat minst någon gång respektive dagligen, år 2015-2019

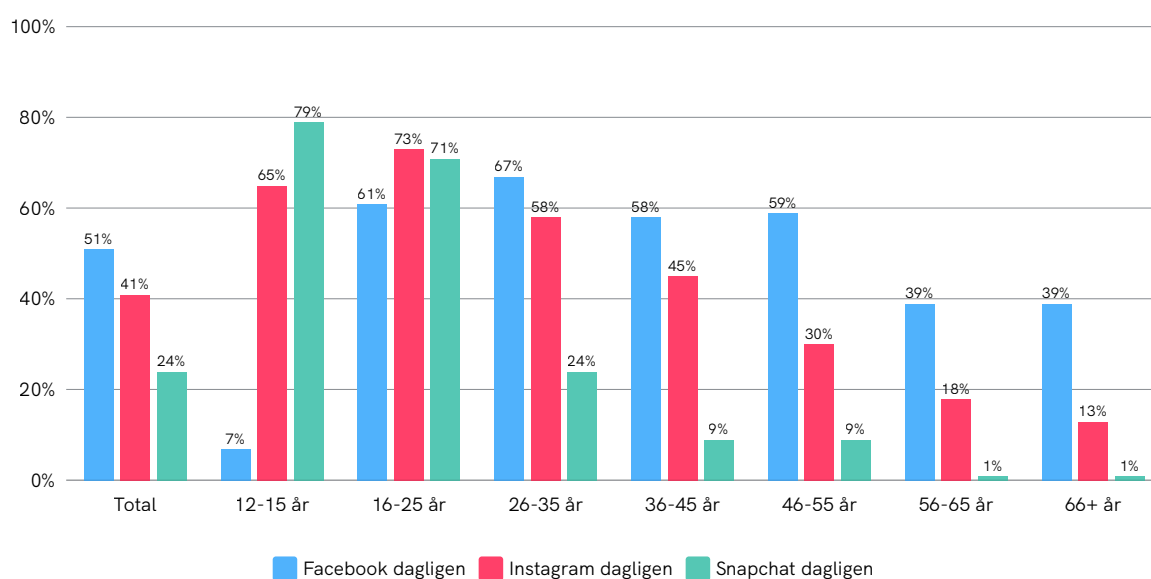
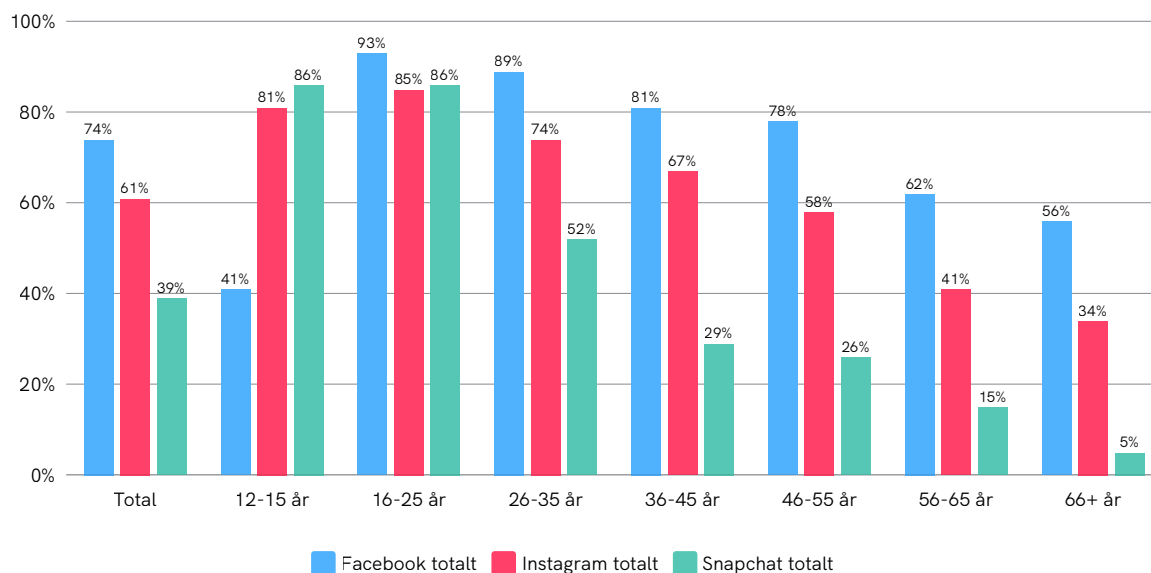


Den sociala nätverkstjänsten Snapchat lanserades år 2011. Snapchat har vuxit stort de senaste åren men nu har tillväxttakten avtagit såväl totalt sett (39%) som på daglig basis (24%).

Majoriteten av de som är på Snapchat totalt sett är i åldern 12-25 år (86%) och på daglig basis används denna tjänst av fler än 7 av 10 i denna unga grupp. I synnerhet unga flickor. För mer information om åldersfördelning, se diagram 7.11.

De yngsta föredrar Snapchat och väljer bort Facebook

Diagram 7.11 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Facebook, Instagram och Snapchat totalt sett (övre graf) respektive dagligen (nedre graf), Åldersfördelning år 2019



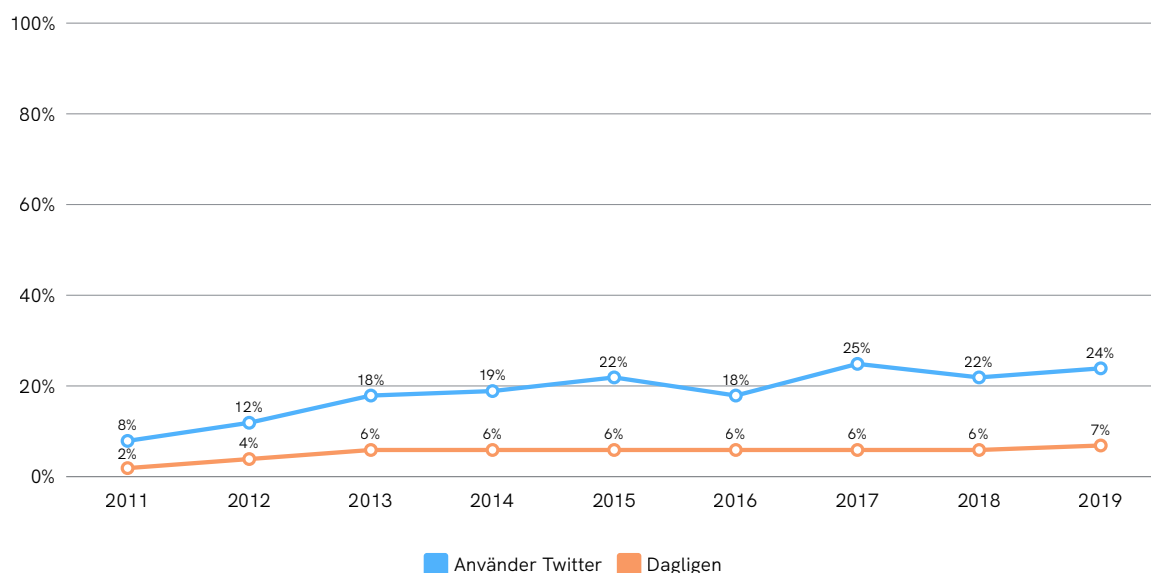
En åldersmässig jämförelse av de tre största sociala nätverken visar att de i åldern 12-25 år föredrar Instagram och Snapchat framför Facebook i sitt dagliga användande. De yngsta 12-15 år använder nästan inte alls Facebook på daglig basis.

Bland de som är 26 år och äldre börjar Facebook ta över. Frågan är vad som kommer att ske ju äldre 12–25-åringarna blir. Kommer de att ta med sig sitt högre användande av Instagram och Snapchat eller kommer de att börja använda Facebook i högre utsträckning? Eller rentav någon annan tjänst?

Twitter, LinkedIn och Flashback

Användningen av Twitter fluktuerar något över åren

Diagram 7.12 Andel av internetanvändarna (12+ år), Använder Twitter minst någon gång respektive dagligen, år 2011–2019

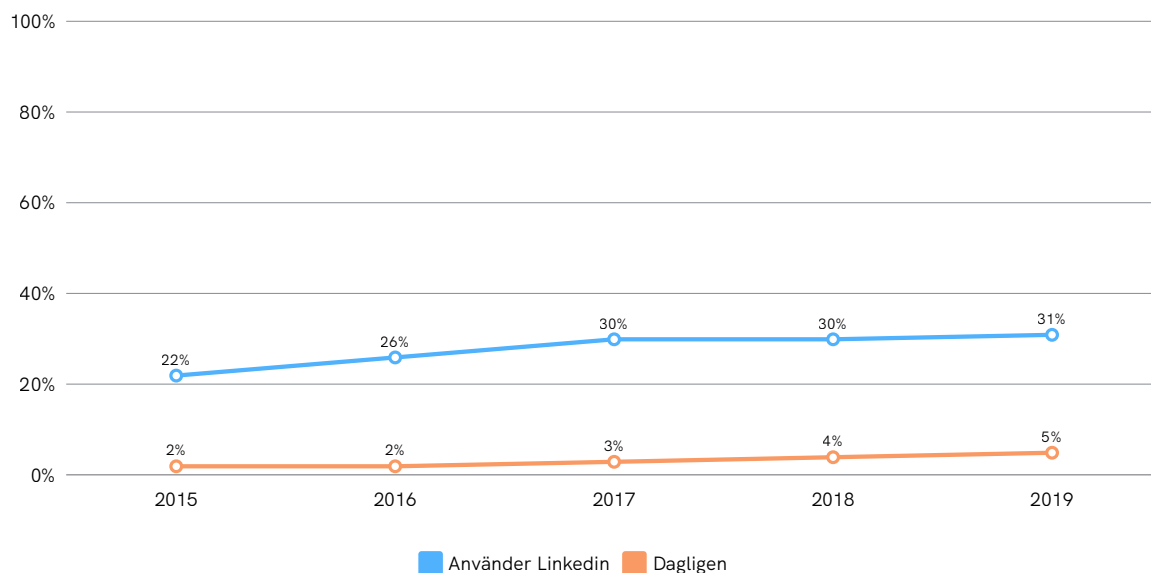


Twitter är en social nätverkstjänst som funnits sedan år 2006. Denna tjänst är en så kallad mikroblogg och har en något smalare användarbas på totalt sett 24 procent bland internetanvändarna i år, jämfört med Facebook, Instagram och Snapchat. De som twittrar är i högre utsträckning män och twittrarna bor i högre grad i städer. Högst är användandet hos de unga 16–25 år (45%).

Användandet av Twitter har fluktuerat något över åren. Från föregående år har det ökat en aning igen, men knappt 1 av 10 använder Twitter på daglig basis.

Linkedins tillväxt planar ut

Diagram 7.13 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder LinkedIn minst någon gång respektive dagligen, år 2015-2019

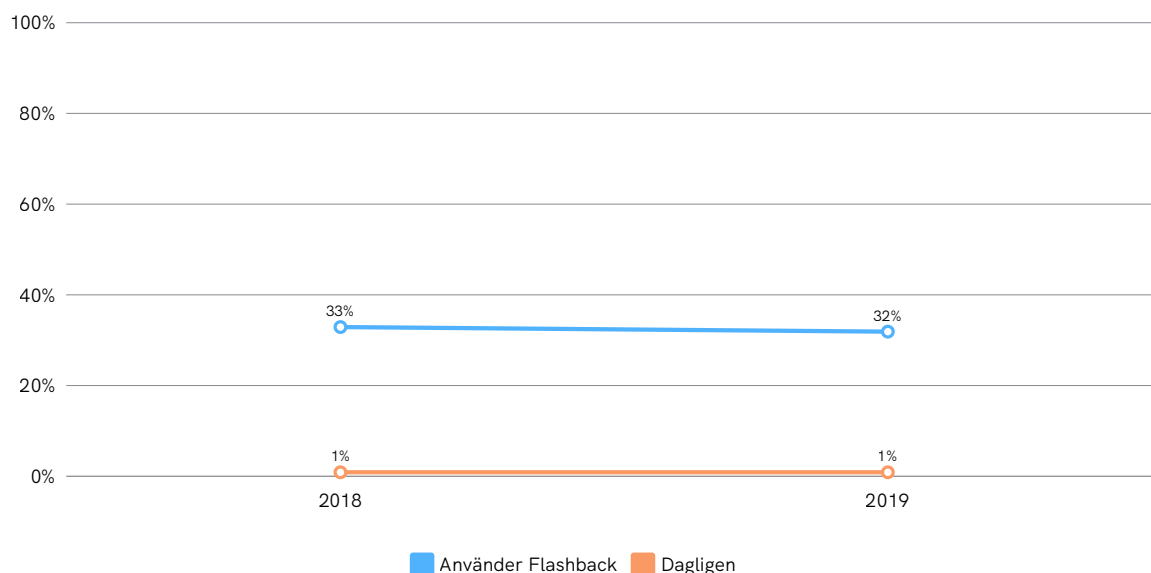


LinkedIn är ett socialt nätverk, med det professionella nätverkandet som fokus, som grundades år 2003. Användandet av LinkedIn har totalt sett legat på runt 30 procent de senaste tre åren. Det är i synnerhet de i åldern 36-45 år som är mitt i karriären som nyttjar detta nätverk.

Det är något fler män, något fler stadsbor, fler högutbildade och i synnerhet fler som bor i ett höginkomsttagarhushåll som befinner sig på LinkedIn.

En tredjedel använder Flashback

Diagram 7.14 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder Flashback minst någon gång respektive dagligen, år 2018-2019

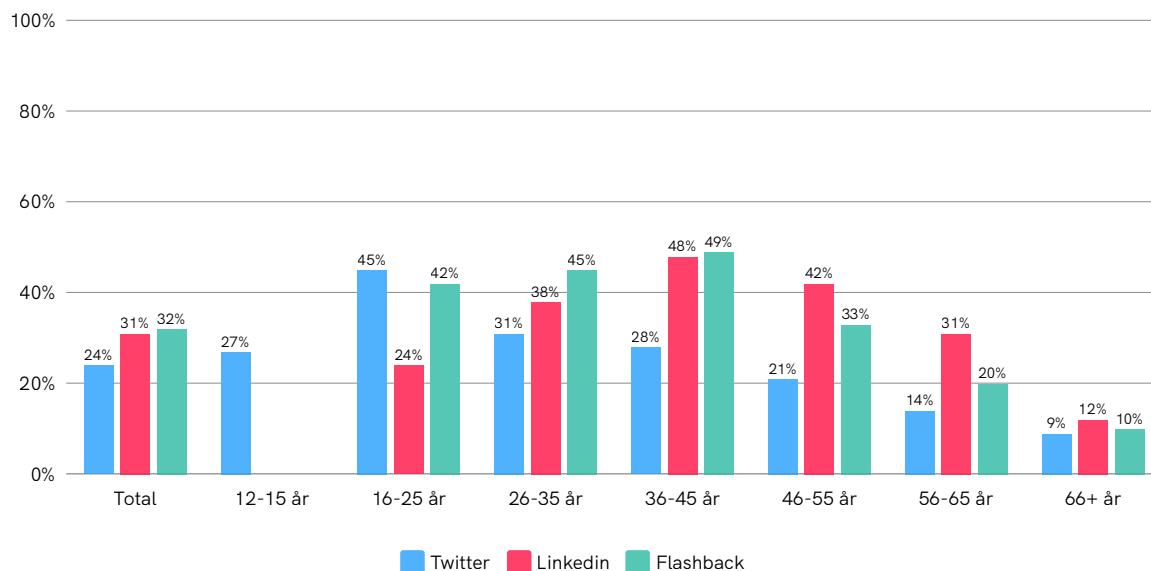


Flashback är ett internetforum som säger sig verka för yttrandefrihet och vars digitala nätverkstjänst har funnits sedan år 2000. Runt en tredjedel av internetanvändarna använder totalt sett Flashback. Nyttjandet ligger i princip på samma nivå som föregående år. Det är inget forum som besöks ofta utan endast 1 procent är där på daglig basis.

Det är främst personer upp till 45 år som är på Flashback och allra flest i åldern 36-45 år. Fler användare är män, fler är stadsbor och fler bor också i ett höginkomsttagarhushåll.

Fler 26–35-åringar på Flashback än på Twitter och LinkedIn

Diagram 7.15 Andel av internetanvändarna, Använder Twitter (12+ år), LinkedIn (16+ år), Flashback (16+ år) minst någon gång, Åldersfördelning år 2019



Twitter, LinkedIn och Flashback har fler män och fler storstadsbor som användare. Jämför vi dessa tre nätverk åldersmässigt så ser vi att Twitter har en majoritet användare i yngre åldern 16–25 år och därefter lägst antal användare i jämförelse från 26 år och uppåt. Även Flashback väger tungt bland de yngsta men peakar bland 36–45 år. LinkedIn, som främst är till för den arbetande befolkningen, används oftast av de som är 36–45 år.



Eneida Berisha, 25 år

Vilka appar för sociala medier använder du?

Jag använder Messenger, Facebook, Instagram och Snapchat.

Hur mycket använder du sociala medier?

Typ varenda ledig stund. Jag använder sociala medier både i jobbet och privat, det är en vana och en naturlig del av min vardag. Jag kan fastna på Instagram och brukar kolla på videor i två timmar innan jag lägger mig.

I vilket syfte använder du sociala medier?

Min familj bor utspridd i olika städer, så vi har en familjchatt för att hålla kontakt dagligen. Där skickar vi roliga bilder på vad vi gör. Sociala medier gör det också möjligt att följa släktingar som bor utomlands och gamla klasskompisar.

Vad tycker du om sociala medier som fenomen?

Det har lett till en demokratisering av samhället. En helt vanlig person kan skriva sin historia som sedan blir viral och så kan den personen få upprättelse. Människor kan kopplas samman över hela världen! Men det kan bli problematiskt att alla blir publicister – information om vad som helst kan lätt spridas okritiserat.

Har ditt beteende på sociala medier förändrats över tid?

Jag har aldrig varit aktiv med att posta inlägg själv, men tidigare delade jag ofta andras inlägg och nyhetsartiklar. Nu använder jag sociala medier främst för att hålla koll på vad andra gör. Jag chattar mycket mer med familj och vänner än jag delar saker offentligt.

Hur tror du att framtiden för sociala medier kommer se ut?

Jag tror att människor kommer använda sociala medier mer, som en naturlig och integrerad del av våra liv. Min mamma som är fett oteknisk skaffade Facebook sent, men hon blev aktiv väldigt snabbt. Jag tror att det finns ett fundamentalt behov hos människor att dela med sig av sånt vi tänker och gör. Men jag hoppas att det kommer utvecklas verktyg för att förhindra desinformation.

Poddar och digitala böcker ökar

Medielandskapet har de senaste årtiondena haft en hisnande utveckling i och med digitaliseringen. Bland annat har ny teknik lett till att medierna alltmer smälter samman, och skillnaden mellan tv, radio och press blir därmed mindre tydlig. Det är något som börjar märkas i våra mätpunkter för digitalt tittande, lyssnande och läsande. Ett exempel är att videotjänsten Youtube numera erbjuder musik och att ljudtjänsten Spotify sänder musikvideos, poddar och radioprogram.

Den största tillväxten bland våra digitala mätpunkter har skett för poddar och digitala böcker. Att lyssna på poddar har vuxit signifikant för varje år och sedan år 2015 har det totala poddlyssnandet dubblerats till att idag nå 55 procent. Likaså ökar konsumtionen av digitala böcker stadigt. Idag konsumerar 42 procent av internetanvändarna (12+ år) digitala böcker och ljudboken har ett litet försprång framför e-boken. Pappersboken behåller dock sin starka, stabila ställning över åren och läses fortfarande i mer än dubbelt så hög grad som de digitala versionerna.

För de traditionella medierna har vi tittat på hur internetanvändarna konsumerar dessa i jämförelse med deras största digitala motsvarigheter. Viktigt att ha i åtanke är att utöver dessa finns det flera utmanare som exempelvis streamingtjänster för film, musik och även till viss del sociala medier. I vår jämförelse används traditionell tv och radio fortfarande i högre utsträckning, till skillnad från dagstidningen där den digitala versionen nu har hunnit om pappersvarianten.

Sammantaget ökar både konsumtionen av film/video och musik på nätet. Likaså vill allt fler betala för film- och musiktjänster på nätet. Mest villiga att betala är de yngsta. Störst ökning har skett för abonnemang för film-, tv- och videotjänster (57%) som nu ligger i princip på samma nivå som musiktjänster (58%) på nätet. I jämförelse med de digitala film- och musiktjänsterna så ligger de digitala tidningsprenumerationerna (32%) på en relativt låg nivå.

Idag ligger den totala andelen tidningsprenumerationer, papper och/eller digitalt, på 48 procent bland internetanvändarna och den sjunker något för varje år. Det är pappersdelen, som huvudsakligen konsumeras av de äldre, som står för minskningen. De digitala prenumerationerna ökar något för varje år men ser

man till det totala läsandet av digitala dagstidningar, som man i många fall inte behöver prenumerera på för att del av, så minskar antalet läsare. Sannolikt kan det vara ett tecken på att vi alltmer börjar konsumera nyheter på andra sätt än via dagstidningar.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Traditionell media vs Digital media

- 8.1 Traditionell tv och radio fortfarande störst bland internetanvändarna
- 8.2 I en treårsjämförelse minskar traditionell media
- 8.3 Pensionärer största konsumenterna av traditionell media

Titta digitalt

- 8.4 Allt fler tittar på digital film och video dagligen
- 8.5 Nära hälften upplever att tittande på film/video online är meningsfull tid
- 8.6 Youtube slår tv:s playtjänster och Netflix
- 8.7 8 av 10 tittar på tv-kanalernas playtjänster
- 8.8 Netflix fortsätter att öka
- 8.9 Youtube har avstannat i tillväxt
- 8.10 Nära hälften på Youtube lyssnar på musik

Lyssna digitalt

- 8.11 Fler lyssnar på poddar än på ljudböcker
- 8.12 Alla studerande lyssnar på musik på nätet
- 8.13 Dagligt digitalt lyssnande på musik ökar
- 8.14 7 av 10 lyssnar på Spotify
- 8.15 6 av 10 lyssnar på radiostation på internet
- 8.16 Poddar i lurarna har nästan fördubblats sedan år 2015
- 8.17 Lyssna på poddar/radio online är meningsfull tid för nära hälften
- 8.18 1 av 3 lyssnar på ljudböcker
- 8.19 Ljudböcker är meningsfull tid för många barnfamiljer

Läsa digitalt

- 8.20 Drygt var tredje läser dagstidning på nätet varje dag
- 8.21 Något färre läser dagstidning på nätet i år
- 8.22 Tid på nyhetsappar upplevs mer meningsfull av de i höginkomsthushåll
- 8.23 Runt hälften läser bloggar
- 8.24 Nära 3 av 10 läser e-böcker
- 8.25 Konsumtion av digitala böcker ökar stadigt

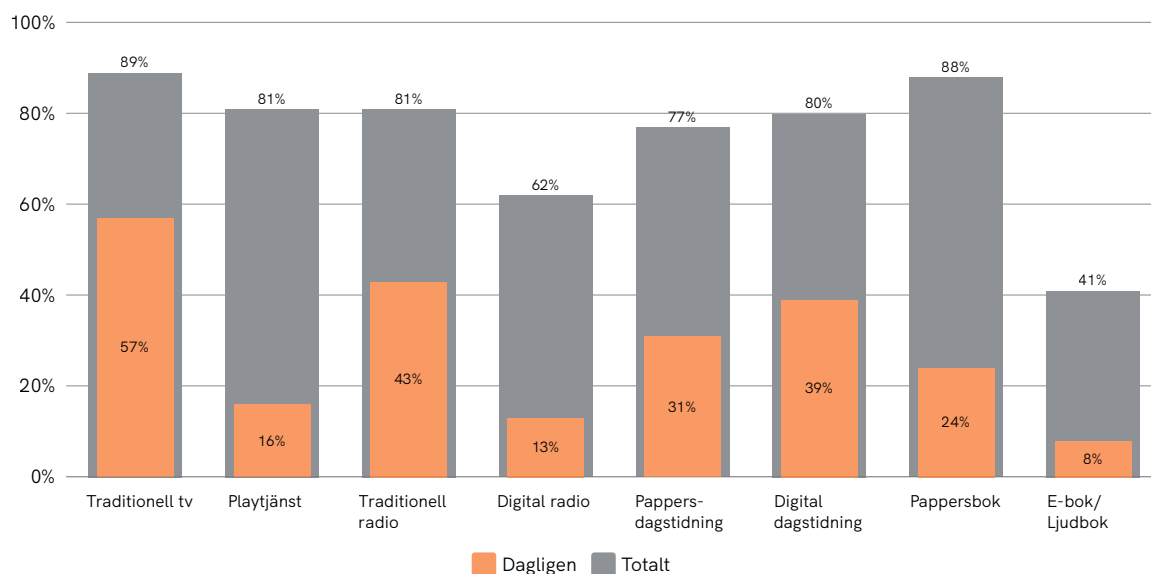
Betalningsvilja online media

- 8.26 Fler betalar för film och musik online än för tidning
- 8.27 Fler yngre betalar för film och musik på nätet

Traditionell media vs digital media

Traditionell tv och radio fortfarande störst bland internetanvändarna

Diagram 8.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder nämnda medier minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), år 2019



Bland internetanvändarna (16+ år) används traditionell tv och radio används fortfarande i högre utsträckning än deras största digitala motsvarigheter. Vad gäller dagstidningen har den digitala versionen (80%) hunnit om den på papper (77%) totalt sett och den dagliga digitala tidningskonsumtionen (39%) har också gått om dagsläsandet av papperstidningen (31%).

Tittandet på tv-apparat "offline" (89%) toppar den traditionella mediekonsumtionen. Totalt sett börjar tv-kanalernas playtjänster att komma ikapp men i det dagliga tittandet har de en bit kvar.

Liksom tv-apparaten är radioapparaten mer flitigt använd för att lyssna på radiostationer än den digitala motsvarigheten, både totalt sett och på daglig basis.

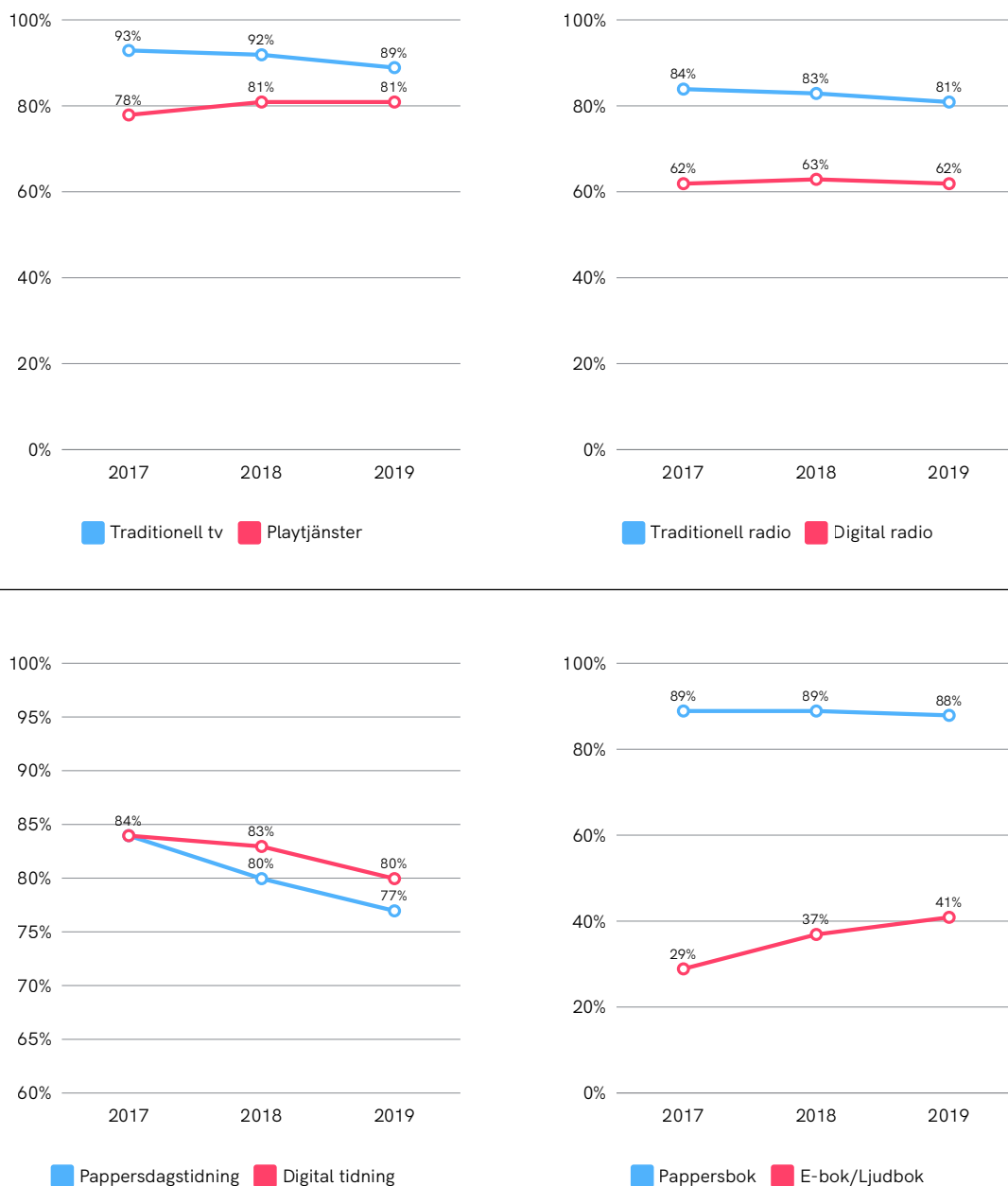
Pappersboken har fortfarande en stark ställning på 88 procent vilket är mer än dubbelt så mycket som de digitala böckerna (41%).

Men hur ser utvecklingen ut över tid för dessa medier? (Se nästa diagram 8.2.)

Tänk på att det finns fler digitala utmanare än de vi har använt i denna jämförelse som exempelvis olika streamingtjänster för film, musik och även till viss del sociala medier.

I en treårsjämförelse minskar traditionell media

Diagram 8.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder nämnda medier minst någon gång, år 2017–2019



Vid en treårsjämförelse bland internetanvändarna (16+ år) framgår det att konsumtionen av de traditionella medierna överlag minskar. Traditionell tv tappas både totalt och i synnerhet på daglig basis. Samtidigt börjar tv-kanalernas digitala playtjänster komma ikapp.

Att lyssna på radiostation via radioapparat minskar också en del till skillnad från föregående år. Att lyssna på en radiostation över internet minskar marginellt vilket tyder på att annat lyssnande än just radiostation kan vara på framväxt. Exempelvis poddar vilket vi ska titta närmare på i avsnittet "Lyssna digitalt" senare i detta kapitel.

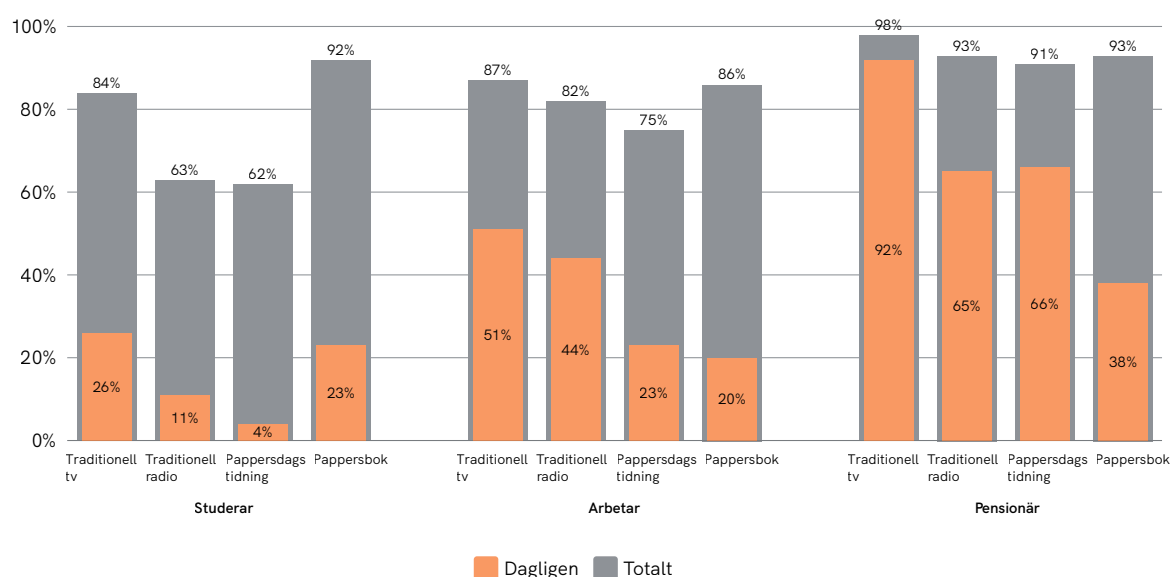
Papperstidningen tappas såväl totalt som dagligen. Även det digitala läsandet av dagstidning minskar vilket sannolikt kan vara ett tecken på att vi börjar konsumera nyheter på andra sätt än via dagstidningar, exempelvis via sociala medier.

Pappersboken har den mest stabila ställningen bland de traditionella medierna i denna jämförelse. De digitala böckerna är dock på frammarsch och tiden får utvisa om de blir ett komplement till pappersböckerna som ökar bokkonsumtionen totalt sett eller om pappersbokens ställning påverkas.

Vi ska titta närmare på respektive digitalt medieslag i efterföljande avsnitt: "Titta digitalt", "Lyssna digitalt" respektive "Läsa digitalt". Först ska vi emellertid ge en bild av vilka de internetanvändande traditionella mediakonsumenterna är (diagram 8.3).

Pensionärer största konsumenterna av traditionell media

Diagram 8.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder nämnda medier minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapel), Sysselsättning år 2019



Bland internetanvändarna är pensionärerna de största konsumenterna av de traditionella medierna. Om det är något som särskiljer traditionell mediekonsumtion från den digitala så är det ålder. De som studerar, som i

huvudsak är födda på 00- och 90-talet, väljer genomgående i hög grad bort de traditionella medierna, i synnerhet i den dagliga konsumtionen. Det blir extra tydligt i den dagliga konsumtionen av papperstidningar där skillnaden är hela 62 procentenheter mellan de studerande och pensionärerna.

Pappersboken är ett undantag, där de studerande ligger på samma nivå som pensionärerna totalt sett. Sannolikt använder de tryckt litteratur i sina studier. Pensionärerna läser dock pappersböcker mer frekvent på daglig basis än övriga. Överlag läser fler än 8 av 10 i alla åldrar pappersböcker.

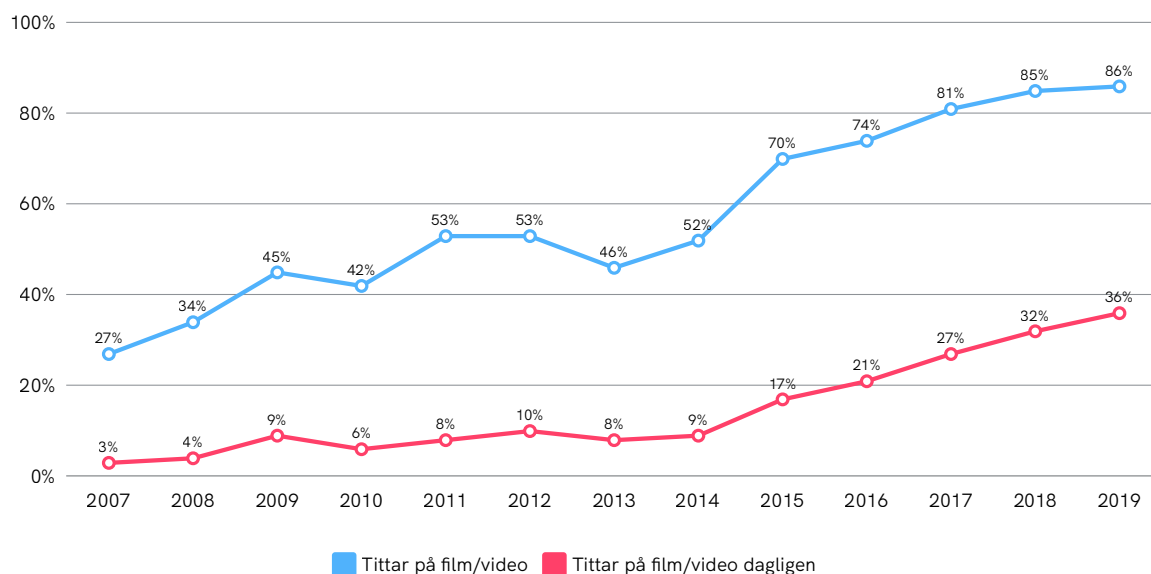
Utöver pensionärerna finns det några andra demografiska faktorer som sticker ut för de respektive traditionella medielagen. Här är några exempel:

- Tv-apparat: Fler kvinnor, fler landsortsbor
- Radioapparat: Fler landsortsbor
- Papperstidning: Fler gymnasieutbildade
- Pappersbok: Fler kvinnor, fler högskoleutbildade

Titta digitalt

Allt fler tittar på digital film och video dagligen

Diagram 8.4 Andel av internetanvändarna (12+ år), Tittar på film/video på internet minst någon gång respektive dagligen, år 2007–2019



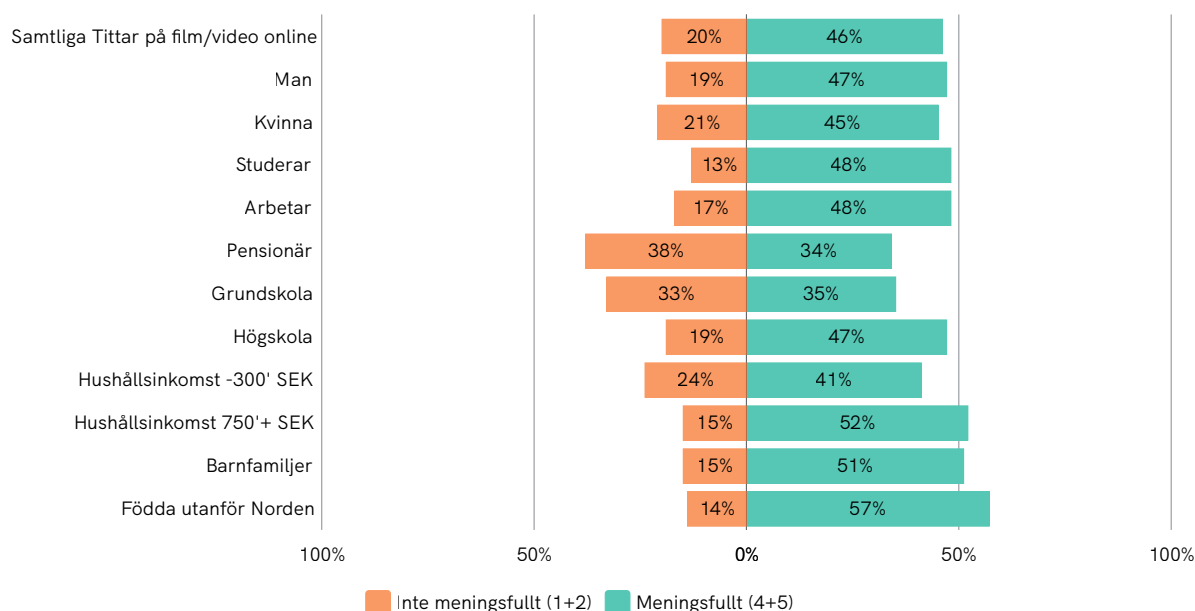
Att titta på film och video på internet fortsätter att öka. Det är framförallt det dagliga tittandet som har ökat med fyra procentenheter från 32 procent år 2018 till 36 procent i år. Det är mer än en fördubbling sedan år 2015 då det dagliga film- och videotittandet på nätet började ta fart.

Det är överlag de yngre som tittar på film och video på nätet. Mellan 12–25 år tittar runt 7 av 10 dagligen och de är även de som huvudsakligen står för ökningen i den dagliga konsumtionen. Bland internetanvändarna äldre än 65 år ser 6 av 10 någon gång på film/video online men på daglig basis är det färre än 1 av 10 som ägnar sig åt det.

Utöver de yngre är det bland andra fler med hemmaboende barn och något fler stadsbor som konsumerar film/video online i högre grad än genomsnittet. På daglig basis är det också något fler män än kvinnor som tittar på film/video på nätet.

Nära hälften upplever att titta på film/video online är meningsfull tid

Diagram 8.5 Andel som tittar på film/video på internet (16+ år), i vilken grad tid används väl/ meningsfullt vid tittande på film/video på internet, Skala 1-5 5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019

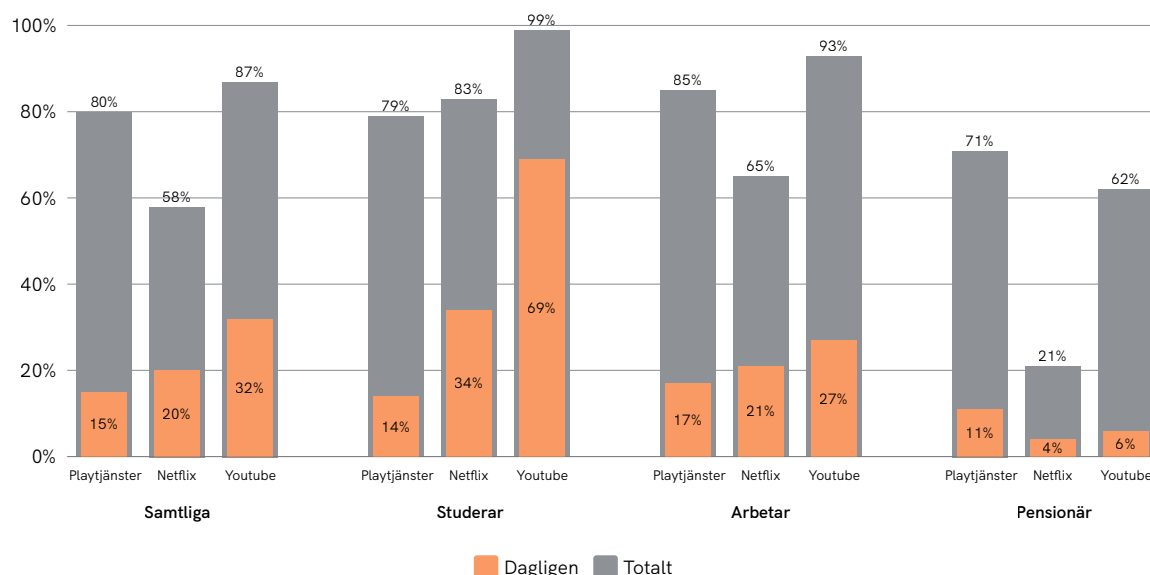


Nära hälften (46%) av internetanvändarna som är 16 år eller äldre och tittar på film/video på nätet anser att det är meningsfullt – att deras tid används väl. En femtedel (20%) tycker inte att tiden används väl och en tredjedel (34%) anser att det är varken eller.

Mest väl använd tid anser de som är födda utanför Norden, barnfamiljer och de i höginkomsthushåll att titta på film/video på internet är. Minst meningsfullt anser pensionärerna att detta är.

Youtube slår tv:s playtjänster och Netflix

Diagram 8.6 Andel av internetanvändarna (12+ år), Tittar på tv-kanalernas playtjänster, Netflix respektive Youtube minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), Sysselsättning år 2019



Det finns många olika tjänster för att titta på film, video och tv på nätet och vi kommer här att titta närmare på tre av dessa – tv-kanalernas playtjänster, Netflix och Youtube – och vilka som konsumerar dessa.

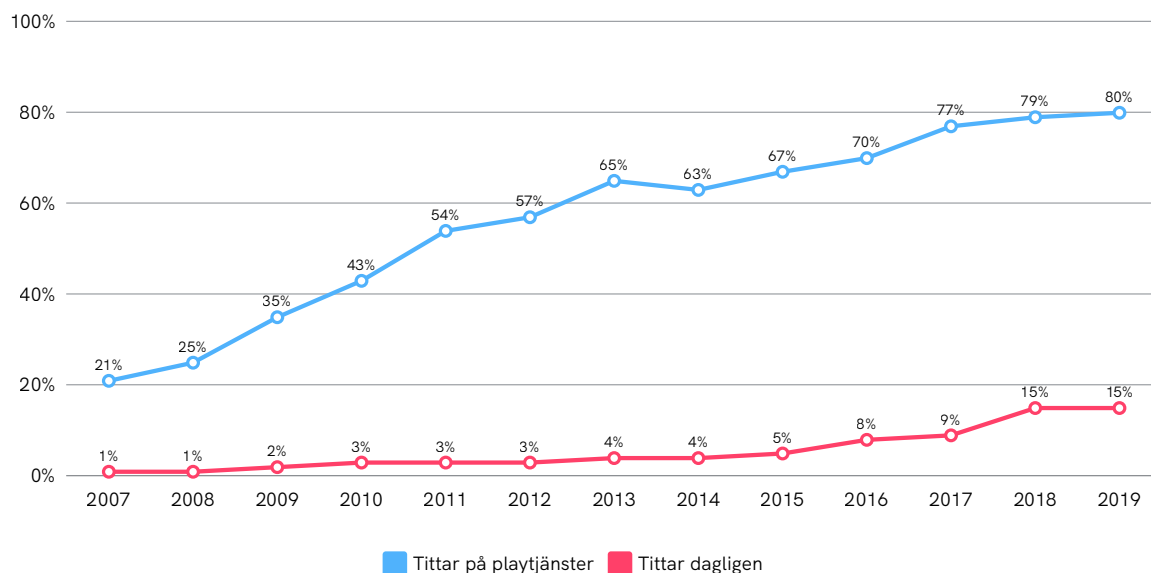
Youtube är störst. Totalt sett tittar fler på playtjänsterna än på Netflix men på daglig basis är förhållandet motsatt.

Netflix och Youtube har flest tittare bland de som studerar, som i majoritet består av de unga, medan playtjänsterna har fler konsumenter bland den arbetande befolkningen. Pensionärerna nyttjar playtjänsterna mer än Youtube och endast en femtedel använder Netflix.

Föräldrar med hemmaboende barn konsumerar alla tre tjänster i högre grad och stadsbor sticker ut både för playtjänsterna och Netflix. För Youtube syns en skillnad mellan kvinnor och män där män i större utsträckning är konsumenter.

8 av 10 tittar på tv-kanalernas playtjänster

Diagram 8.7 Andel av internetanvändarna (12+ år), tittar på tv-kanalernas playtjänster minst någon gång respektive dagligen, år 2007-2019

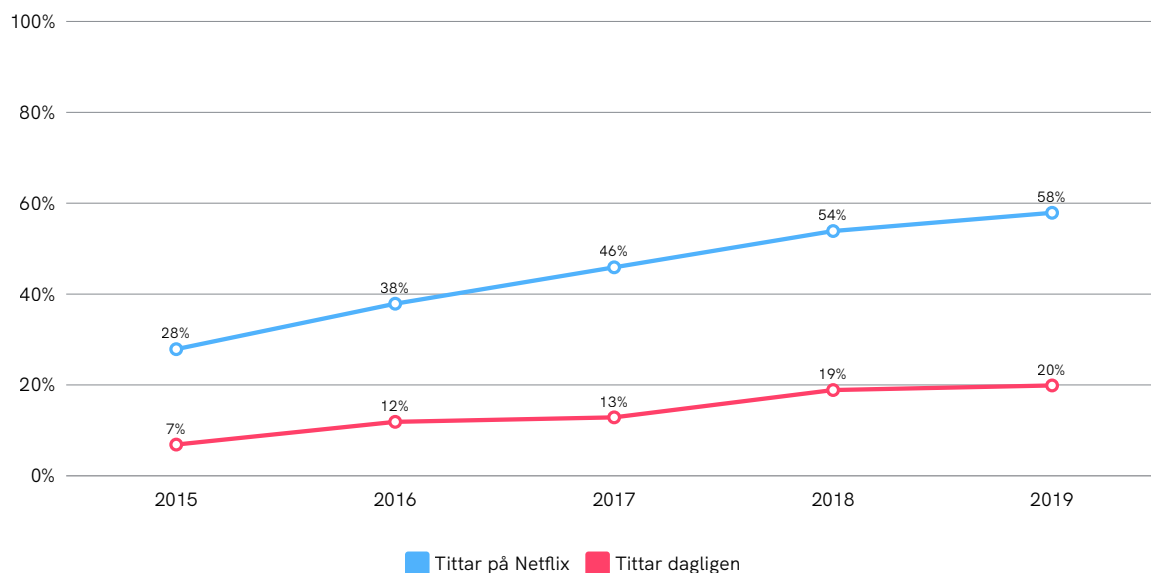


Tv-kanalernas playtjänster ligger på ungefär samma nivå som föregående år med en marginell ökning till 80 procent. På tio år har dock nyttjandet dubblerats.

Hela 8 av 10 av internetanvändarna tittar i år på dessa playtjänster. De största konsumenterna är mellan 26-55 år, detta peakar bland 36-45-åringar där 90 procent tittar.

Netflix fortsätter att öka

Diagram 8.8 Andel av internetanvändarna (12+ år), Tittar på streamingtjänsten Netflix, år 2015-2019



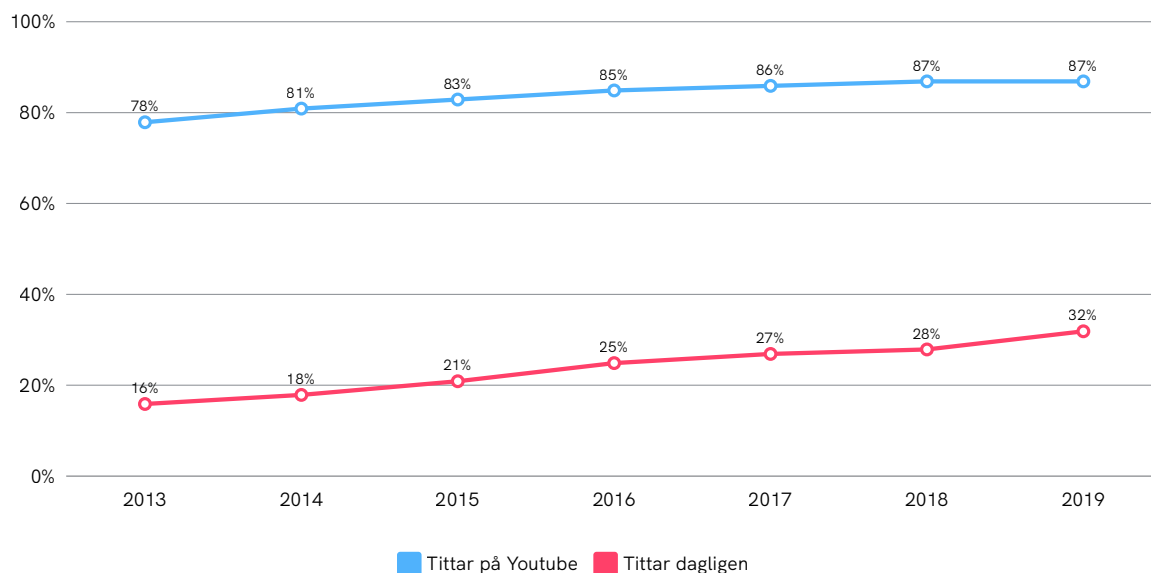
Netflix har vuxit det senaste året och det totala tittandet ligger nu på 58 procent. Sedan år 2015 har antalet tittare dubblerats.

Netflix har en högre andel konsumenter i den yngre halvan av internetbefolkningen. Mellan 12-35 år nyttjar minst 80 procent tjänsten och det är bland de som andelen tittare främst ökar. Efter 56 år sjunker nyttjandet och endast 2 av 10 över 66 år tittar på Netflix.

Det är fler stadsbor (62%) och färre landsortsbor (52%) som tittar på Netflix totalt sett.

Youtube har avstannat i tillväxt

Diagram 8.9. Andel av internetanvändarna (12+ år), Tittar på Youtube minst någon gång respektive dagligen, år 2013-2019



Youtube ligger totalt sett kvar på samma nivå som föregående år. De senaste årens trend visar en långsam tillväxt som alltså nu har mattats av. Däremot ökar det dagliga tittandet fortfarande och når i år 32 procent.

Av de mellan 12-45 år använder minst 95 procent Youtube totalt sett och användandet är 100 procent bland 12-15-åringar.

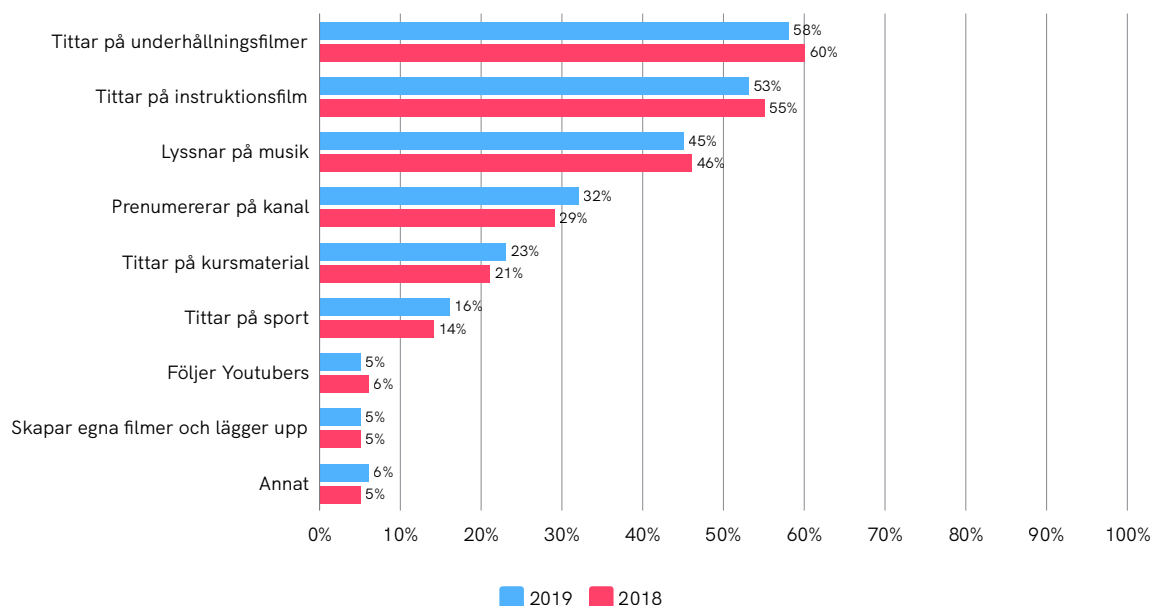
Det är fler män än kvinnor som använder Youtube, både totalt sett och i synnerhet på daglig basis.

Totalt sett Män 90% Kvinnor 84%

Dagligen Män 39% Kvinnor 23%

Nära hälften på Youtube lyssnar på musik

Diagram 8.10. Andel av Youtubeanvändarna (12+ år), Tar del av olika sorters innehåll/aktiviteter på Youtube, år 2018-2019



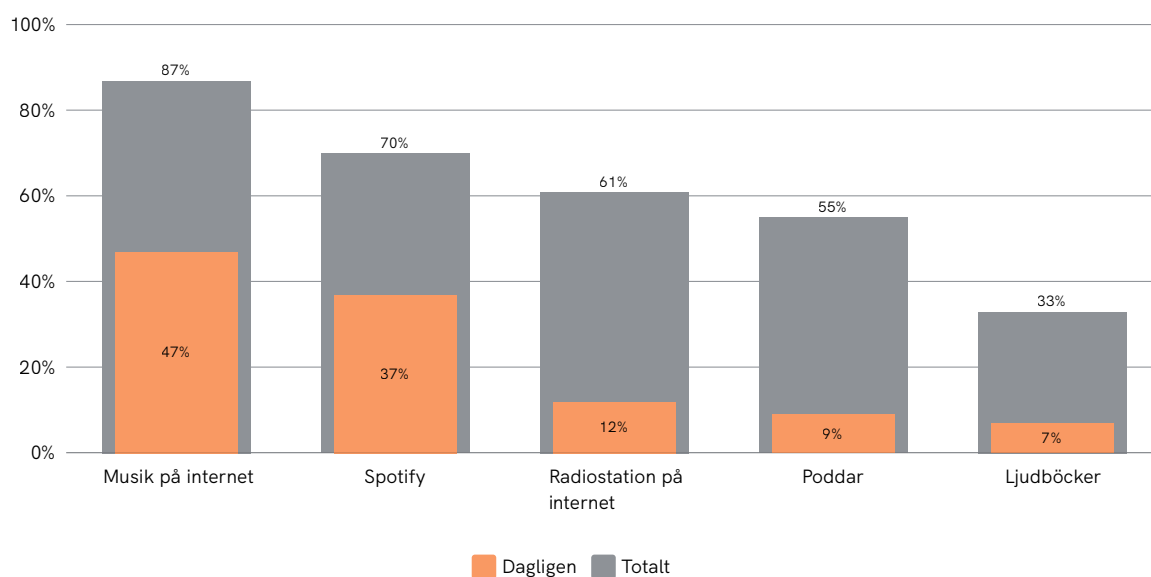
Aktiviteterna på Youtube ligger överlag i nivå med föregående år. Den vanligaste aktiviteten är att titta på underhållningsfilmer vilket 58 procent gör. Därefter följer instruktionsfilmerna på 53 procent. På tredje plats hamnar musik som nära hälften använder. I detta ingår dels musikvideos och dels den nya musiktjänst Youtube lanserade i Sverige i juni 2018, som bland annat konkurrerar med Spotify.

Män, som är flitigare användare av Youtube än kvinnor, är något mer benägna att titta på sport, instruktionsfilm, prenumerera på kanal samt skapa och lägga ut egna filmer.

Lyssna digitalt

Fler lyssnar på poddar än på ljudböcker

Diagram 8.11 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på musik på internet, Spotify, radiostation på internet, poddar och ljudböcker på internet minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), år 2019



Lyssnandet på nätet är brett och olika genrer och ljudtjänster korsar varandra. Exempelvis innehåller ljudtjänsten Spotify både musik, poddar och olika radiostationer. En radiostation kan i sin tur bland mycket annat sända såväl musik som poddar. De fem utvalda mätpunkterna i denna studie överlappar således varandra. Av dessa är musik det vi i synnerhet lyssnar på både totalt sett och dagligen. Nära 9 av 10 internetanvändare lyssnar på musik minst någon gång och nära hälften gör det dagligen.

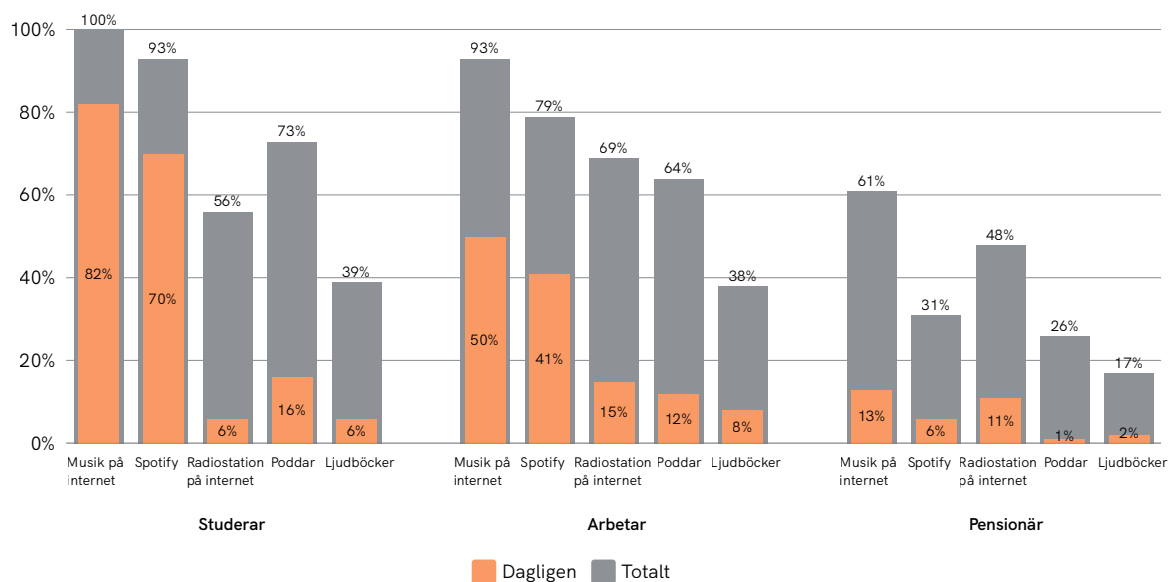
Spotify har stor spridning bland svenska internetanvändare och används idag av 7 av 10 totalt sett. Nära 4 av 10 använder Spotify dagligen.

Mer än hälften lyssnar på radiostationer på internet och nästan lika många på poddar. En tredjedel lyssnar någon gång på ljudböcker.

Vilka är det då som lyssnar digitalt och hur har utvecklingen sett ut över tid? Det kommer vi att se härnäst.

Alla studerande lyssnar på musik på nätet

Diagram 8.12 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på musik på internet, Spotify, radiostation på internet, poddar och ljudböcker på internet minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapeln), Syssestättning år 2019

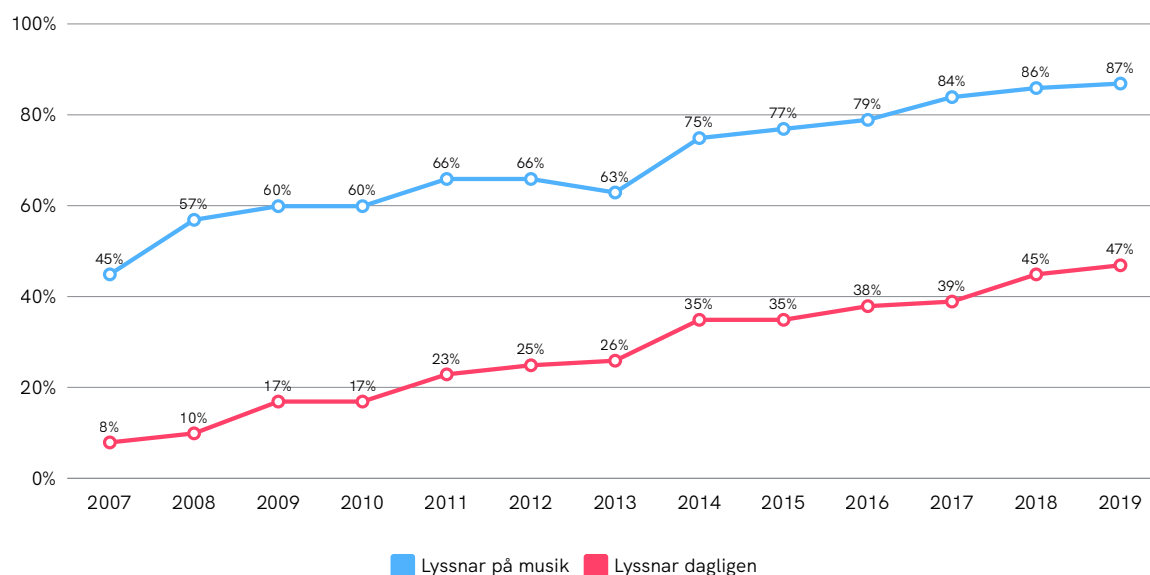


De äldsta internetanvändarna, pensionärerna, lyssnar i synnerhet på musik och på radiostationer på nätet. Bland de studerande, som i huvudsak är födda på 00- och 90-talet, lyssnar 100 procent på musik och hela 93 procent använder Spotify. Vidare lyssnar 73 procent på poddar och de studerande lyssnar till och med oftare på poddar än på radiostation på nätet. De studerande toppar alltså inte lyssnandet på radiostationer utan det gör de arbetande, som sannolikt tillhör deras föräldrageneration. Ljudböcker lyssnar de studerande och arbetande på i ungefär lika hög utsträckning.

Män lyssnar i något högre utsträckning på musik och Spotify än kvinnor och kvinnor tenderar att lyssna mer på ljudböcker än män gör. Fler stadsbor lyssnar på musik, poddradio och radiostationer än de på landsbygden.

Dagligt digitalt lyssnande på musik ökar

Diagram 8.13 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på musik på internet, år 2007–2019



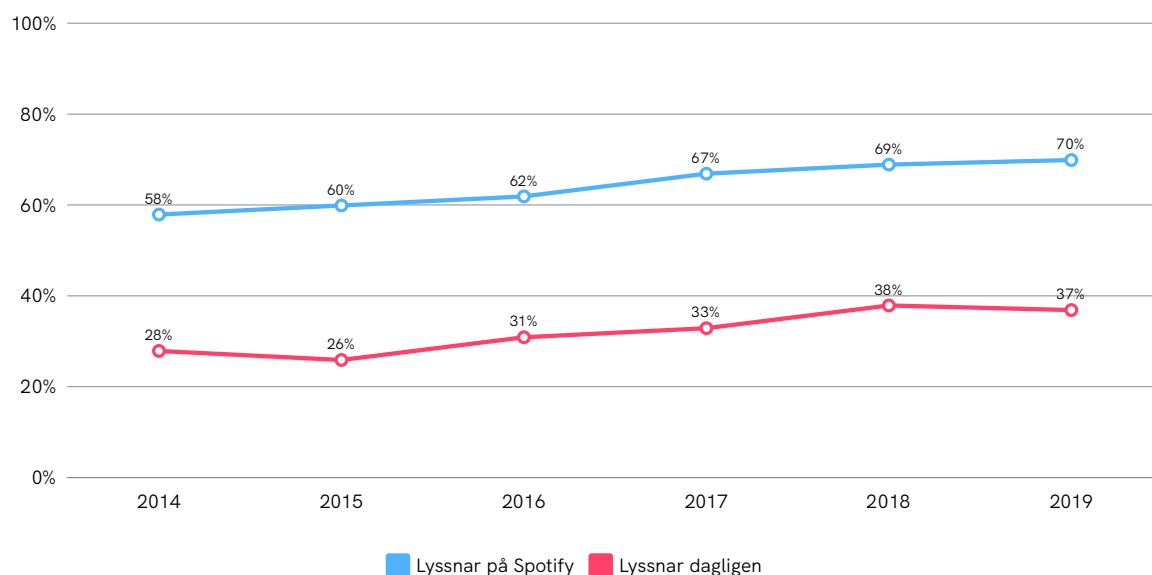
Musiklyssnandet på internet är stort i Sverige. Hela 87 procent lyssnar på musik vilket är nära en fördubbling jämfört med år 2007. På daglig basis lyssnar idag 47 procent på musik online och för tio år sedan år 2009 lyssnade endast 17 procent dagligen, det vill säga en ökning på hela 30 procentenheter.

Störst är lyssnandet bland 16–25-åringar där 100 procent lyssnar på musik digitalt och 84 procent gör det dagligen. Tätt därefter på 99 procent kommer 26–35-åringarna. Av de lyssnar 66 procent på daglig basis, och är de som i huvudsak står för den dagliga ökningen. Män är något mer frekventa lyssnare än kvinnor.

Enligt EU:s statistikmyndighet Eurostat hade Sverige år 2018 tillsammans med Finland och Grekland det högsta musiklyssnandet på internet i Europa. I EU-länderna lyssnade i genomsnitt 56 procent på musik på internet. Att vi i Sverige kom igång så tidigt med det digitala musiklyssnandet kan vara tack vare Spotify, som grundades år 2008 i Sverige.

7 av 10 lyssnar på Spotify

Diagram 8.14 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på Spotify, år 2014-2019

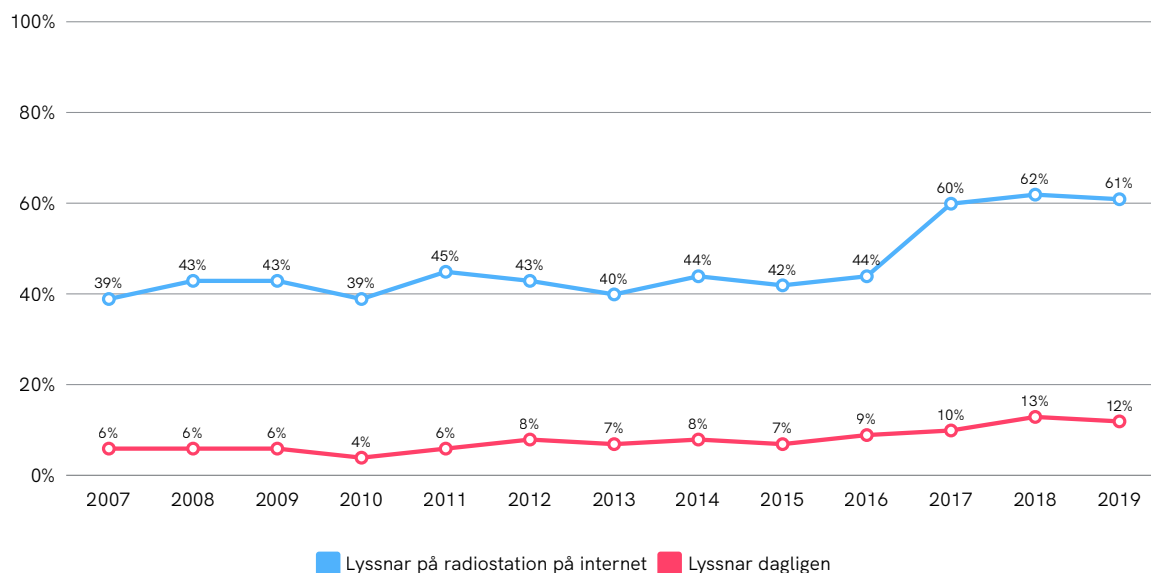


Spotify är idag världens största digitala musiktjänst med över 60 miljoner användare. Användandet bland svenska internetbefolkningen ligger i princip kvar på samma nivå som föregående år. Totalt sett anger 70 procent att de lyssnar på Spotify minst någon gång och 37 procent dagligen.

Bland de yngre 12-35 år lyssnar 9 av 10 på Spotify och mer än hälften lyssnar dagligen. Allra störst är lyssnandet bland 16-25-åringar.

6 av 10 lyssnar på radiostation på internet

Diagram 8.15 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på radiostation på internet minst någon gång respektive dagligen, år 2007–2019

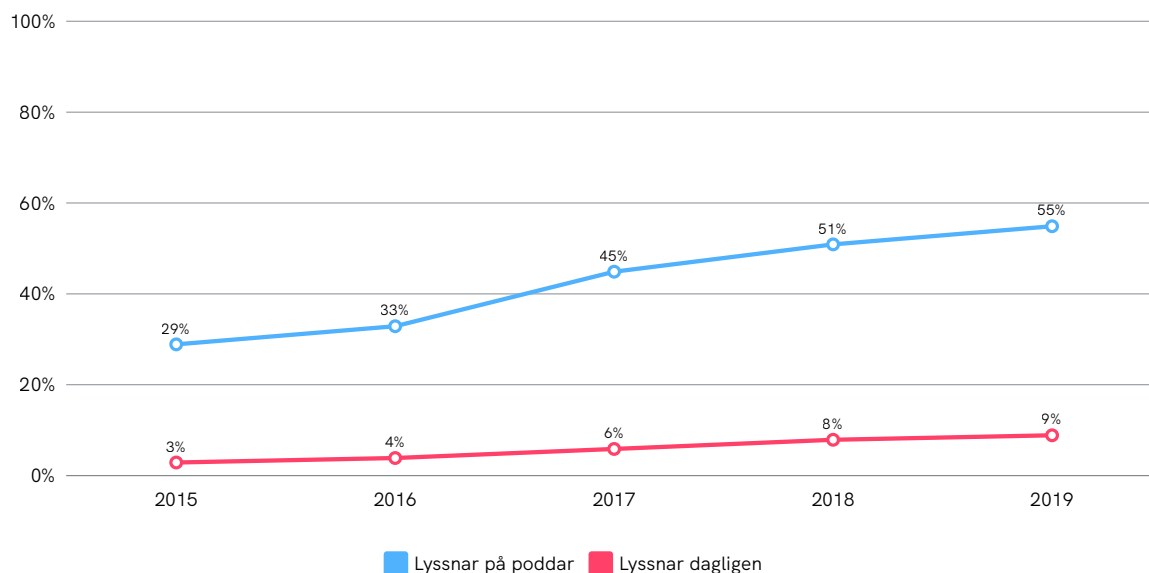


De senaste årens tillväxt i att lyssna på radiostation på internet tycks ha avstannat. I år lyssnar 61 procent totalt sett och 12 procent dagligen. Från en större ökning mellan år 2016 till 2017 har nivån varit förhållandevis jämn de senaste tre åren.

Åldersmässigt är radio inte de yngstas kanal utan faktum är att fler 66+ år (49%) lyssnar än de mellan 12–15 år (39%). De som lyssnar i högst grad är 36–45-åringarna (76%).

Poddar i lurarna har nästan fördubblats sedan år 2015

Diagram 8.16 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på podd minst någon gång respektive dagligen, år 2015-2019

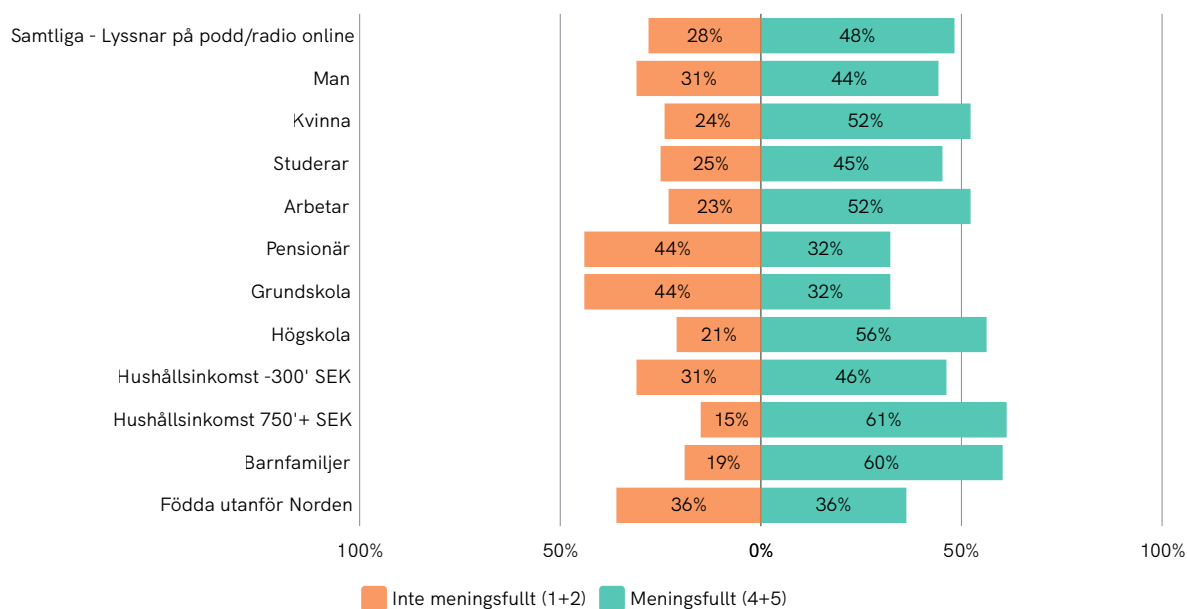


Att lyssna på poddar, även kallat poddradio, poddsändning och podcast, har ökat stadigt de senaste åren och så även i år. Faktum är att lyssnandet på poddar ökar mest av alla ljudtjänster i årets studie. Det totala lyssnandet har gått från 51 procent till 55 procent. Sedan år 2015 har lyssnandet på poddar nästan dubblats. På daglig basis lyssnar ungefär 9 procent på poddar idag vilket är en tredubbling sedan år 2015.

Ökningen har skett brett i alla åldrar men allra störst i gruppen 26–35 år. Mer än hälften av alla mellan 12–55 år lyssnar på podd totalt sett. Flitigast lyssnare är de mellan 16–35 år. Bland de 66 år och äldre lyssnar endast en fjärdedel på poddar.

Lyssna på poddar/radio online är meningsfull tid för nära hälften

Diagram 8.17 Andel som lyssnar på poddar/radioprogram på internet (16+ år), i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid lyssnande på poddar och radioprogram på internet, Skala 1–5 5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019

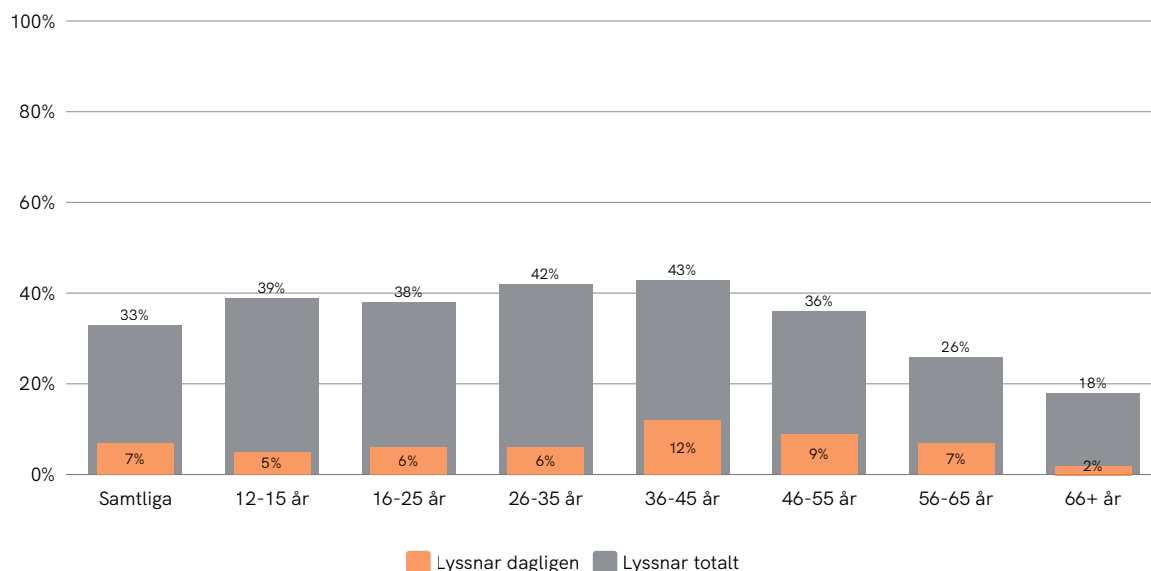


Bland de som anger att de lyssnar på poddar/radioprogram på internet (16+ år) anger 48 procent att de anser att det är väl använd/meningsfull tid, 28 procent tycker motsatsen och de som anser att det är varken eller utgör 25 procent.

De som i högre grad anser att lyssnade på poddar och radioprogram på internet är meningsfullt är de i höginkomsthushåll, föräldrar med hemmaboende barn och högskoleutbildade. Kvinnor är i sin tur mer positiva än män.

1 av 3 lyssnar på ljudböcker

Diagram 8.18 Andel av internetanvändarna (12+ år), Lyssnar på ljudböcker minst någon gång respektive dagligen, år 2019

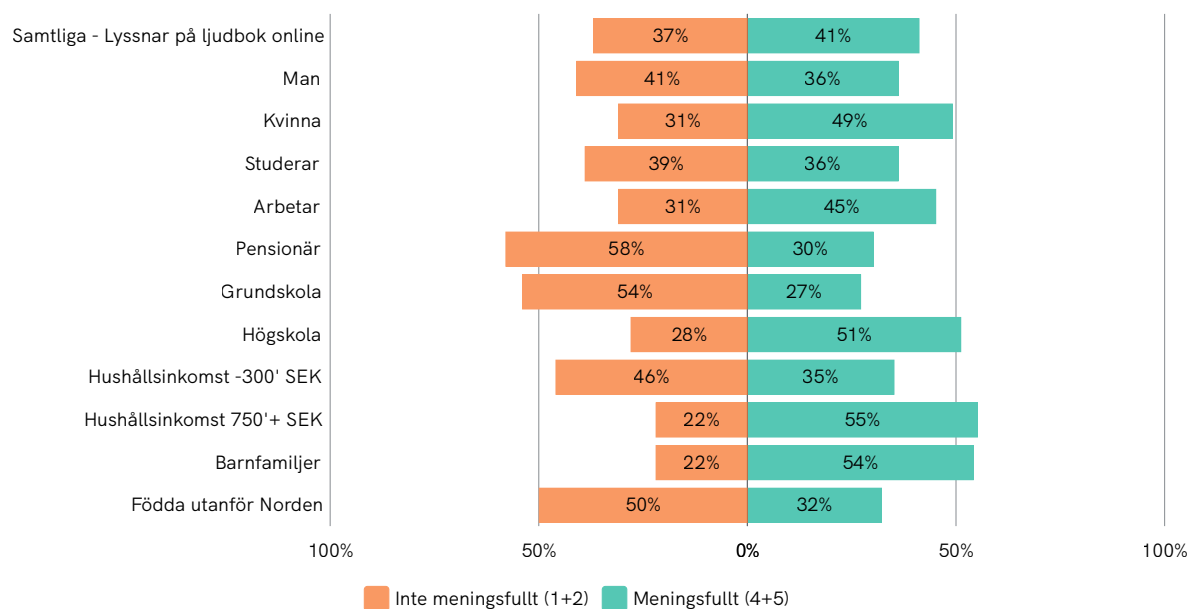


Totalt sett lyssnar en tredjedel av internetanvändarna på ljudböcker. Flest lyssnare finns i den yngre hälften av befolkningen upp till 45 år där cirka 4 av 10 lyssnar på ljudböcker. Därefter avtar lyssnandet med åldern och bland 66 år och äldre lyssnar endast knappt 2 av 10.

Detta är första gången vi frågar om lyssnandet på ljudböcker separat. Tidigare år ställdes frågan tillsammans med e-böcker – se mer redovisning av e- och ljudböcker i diagram 8.24 och 8.25.

Ljudböcker är meningsfull tid för många barnfamiljer

Diagram 8.19, Andel som lyssnar på ljudböcker på internet (16+ år), i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid användande av ljudböcker, Skala 1-5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019



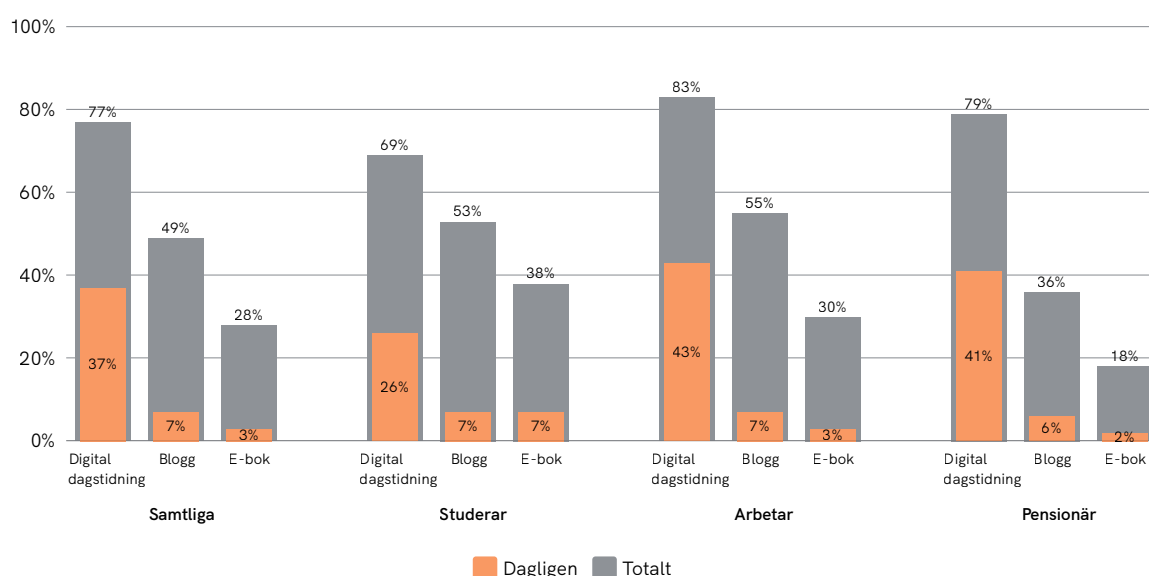
Bland internetanvändarna (16+ år) som anger att de lyssnar på ljudböcker upplever 41 procent att de finner tiden meningsfull. Något färre, 37 procent, ser inte tiden som meningsfull.

De som i högre grad anser att lyssna på ljudböcker online är meningsfull tid är de i höginkomsthushåll, föräldrar med hemmaboende barn och högskoleutbildade. Kvinnor är i sin tur mer positiva än män.

Läsa digitalt

Drygt var tredje läser dagstidning på nätet varje dag

Diagram 8.20 Andel av internetanvändarna (12+ år), Läser dagstidningar på nätet, bloggar samt läser e-böcker minst någon gång (totala stapeln) respektive dagligen (röd del av stapel), Sysselsättning år 2019

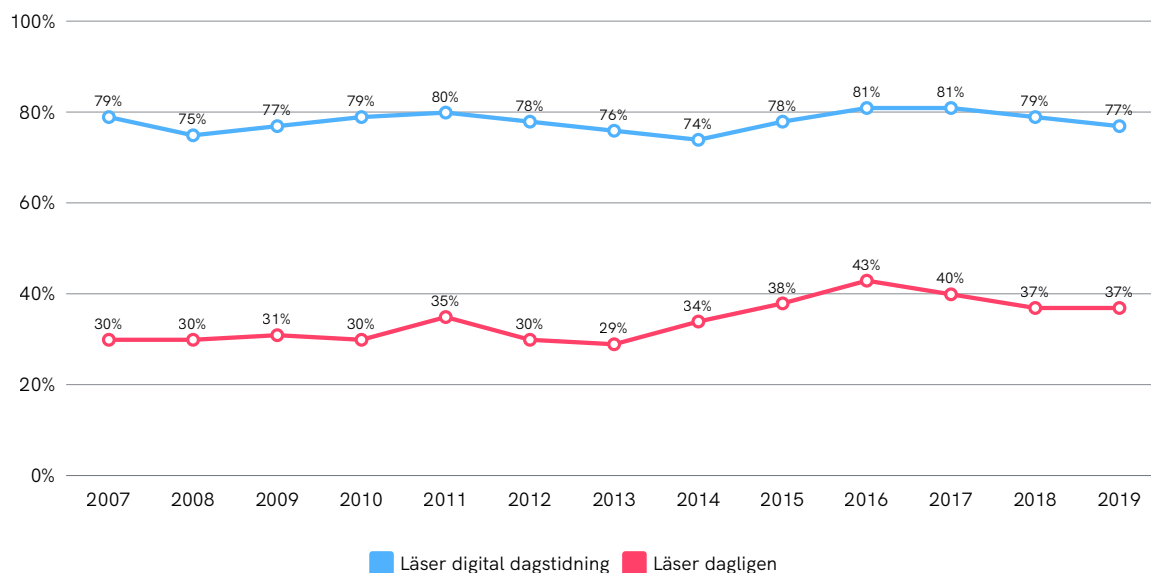


Nära 8 av 10 läser dagstidningen på nätet, 5 av 10 läser bloggar och nära 3 av 10 läser e-böcker minst någon gång. Det digitala läsandet domineras inte av de studerande, som i huvudsak är födda på 00- och 90-talet, såsom i det digitala tittandet och lyssnandet. De studerande läser i högre utsträckning e-böcker men ligger efter både sina föräldrar (de arbetande) och mor- och farföräldrar (pensionärerna) när det gäller att läsa dagstidningen på nätet. När det gäller bloggar är de arbetande bara snäppet flitigare läsare än de studerande. E-böcker lockar inte de internetanvändande pensionärerna i dagsläget då endast 18 procent läser sådana.

Stadsbor och de med hemmaboende barn läser i högre grad digitalt. Bloggar sticker också ut genom att de läses av fler kvinnor.

Något färre läser dagstidning på nätet i år

Diagram 8.21 Andel av internetanvändarna (12+ år), Läser dagstidningar på nätet minst någon gång respektive dagligen, år 2007-2019

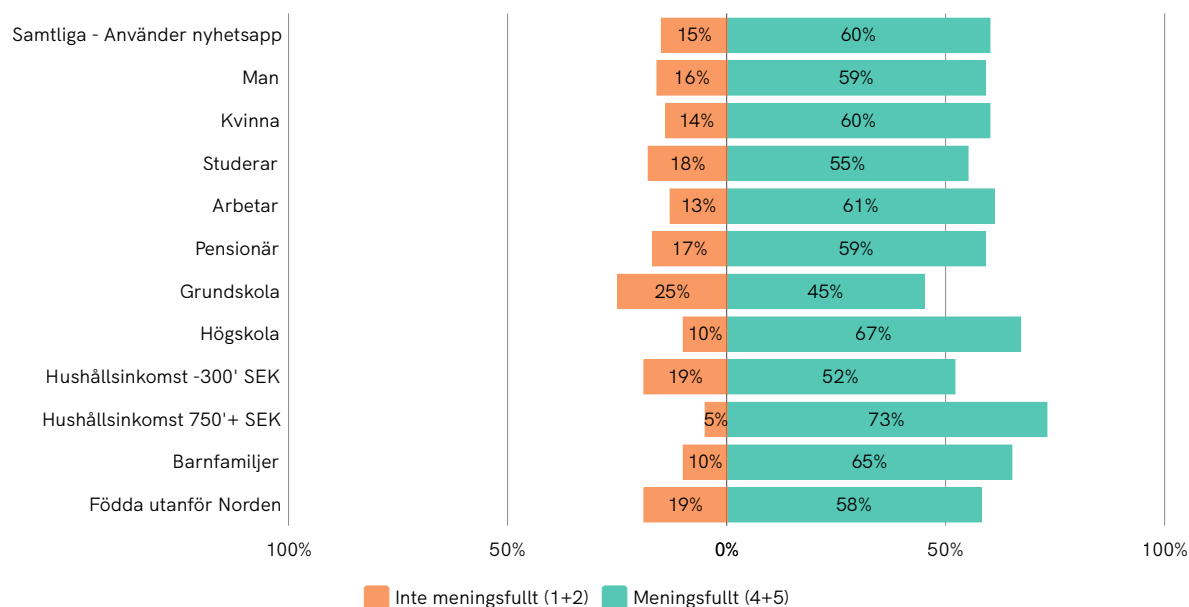


För andra året i rad sjunker det totala läsandet av digitala dagstidningar till 77 procent, exakt samma nivå som för tio år sedan år 2009. Att läsa dagstidningar på nätet har legat runt 75-80 procent de senaste tio åren och nu återstår att se om vi har en nedåtgående trend på gång eller om det kommer att vända uppåt igen. Det dagliga läsandet var som högst år 2016 – på 81 procent totalt sett och 43 procent på daglig basis. Nu har det dagliga läsandet avstannat på samma nivå som föregående år – 37 procent.

Att läsa en dagstidning på nätet är en av de företeelser som står sig bäst upp i åldrarna. Nära 8 av 10 av de över 65 år läser digitala dagstidningar, jämfört med 4 av 10 bland 12-15-åringar. Högst är läsandet av dagstidningar på nätet bland 36-45-åringar – 89 procent totalt sett och 50 procent på daglig basis.

Tid på nyhetsappar upplevs mer meningsfull av de i höginkomsthushåll

Diagram 8.22 Andel användare av nyhetsappar (16+ år), i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid användande av nyhetsappar, Skala 1-5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, År 2019



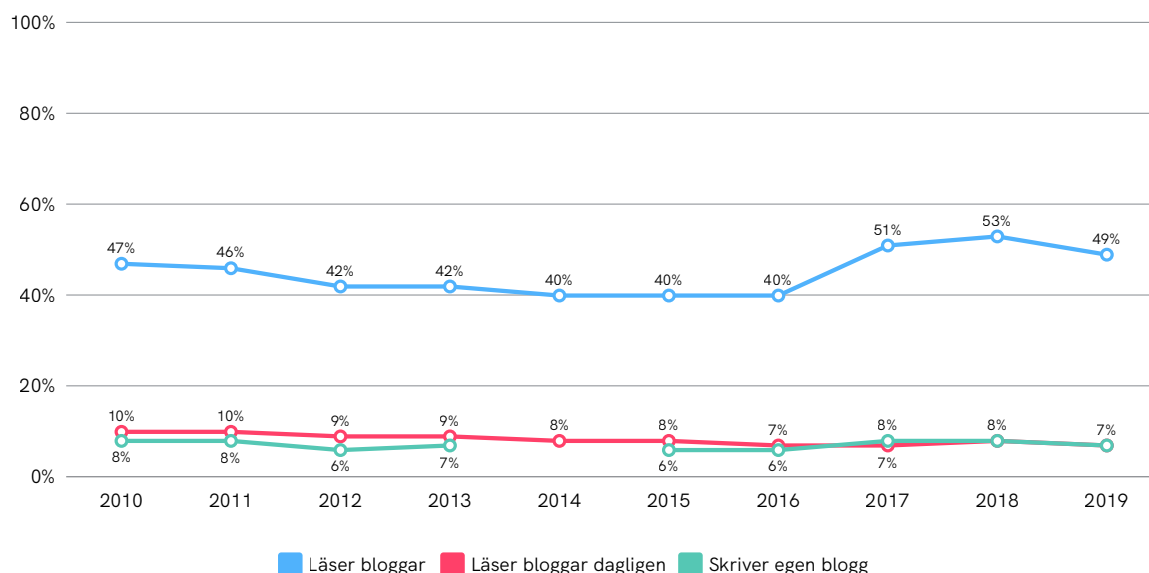
Det finns mängder av olika nyhetsappar. De flesta medier i Sverige och runt om i världen har egna appar och likaså finns det många appar för att skräddarsy nyhetsflödet från olika medier och efter intresseområden. Bland internetanvändarna som använder nyhetsapp finner 60 procent den tiden som väl använd, 15 procent uppger det motsatta, det vill säga att tid på en nyhetsapp inte känns väl använd för dem.

Mest meningsfulla tycker de i höginkomsthushåll, högskoleutbildade och föräldrar med hemmaboende barn att tid på nyhetsappar är.

Runt hälften läser bloggar

Diagram 8.23 Andel av internetanvändarna (12+ år), Läser bloggar minst någon gång respektive dagligen samt skriver egen blogg, år 2010-2019

År 2014 ställdes inte frågan för "Skriver egen blogg".



Ungefär hälften av internetanvändarna har de tre senaste åren uppgett att de läser bloggar. En minskning har skett från föregående år till 49 procent. Den dagliga läsningen har minskat sett över tid och färre än 1 av 10 ägnar sig åt bloggläsande på daglig basis.

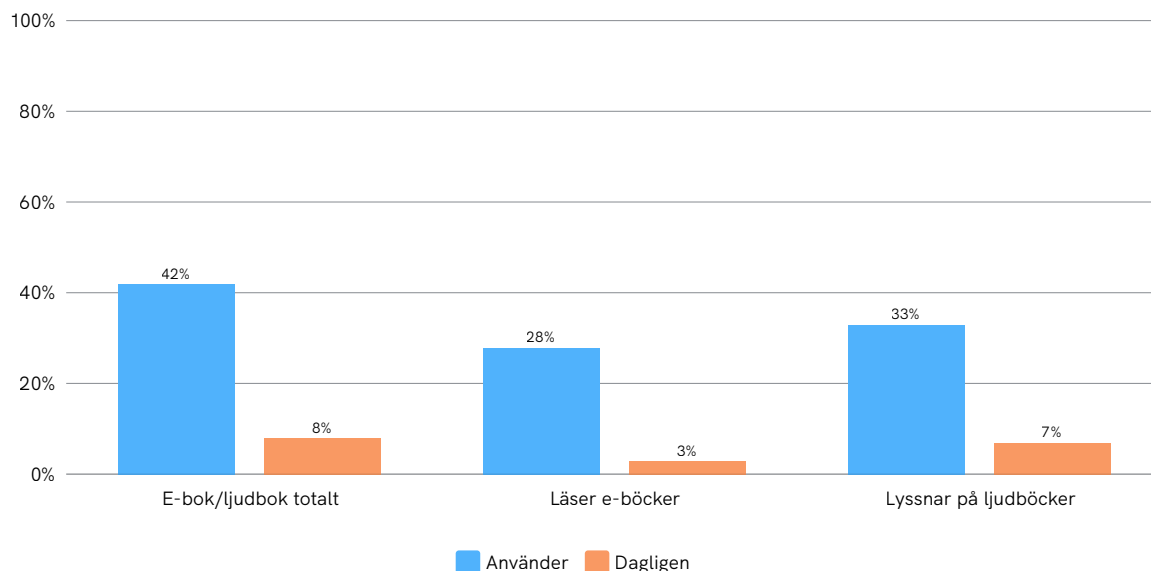
Åldersmässigt är bloggar mer populära hos 26-45-åringar, där runt 60 procent är läsare. De allra yngsta (12-15 år - 35%) och de äldsta (66+ år - 38%) tycks ha ett lägre intresse för bloggar.

Några av de som i högre grad läser bloggar är föräldrar med hemmaboende barn, stadsbor, de mellan 36-45 år och kvinnor.

Färre än 1 av 10 bloggar själv. Bland de som är mellan 36-45 år eller som har en funktionsvariation är bloggare något fler.

Nära 3 av 10 läser e-böcker

Diagram 8.24 Andel av internetanvändarna (12+ år), Läser e-böcker och/eller lyssnar på ljudböcker minst någon gång respektive dagligen, år 2019

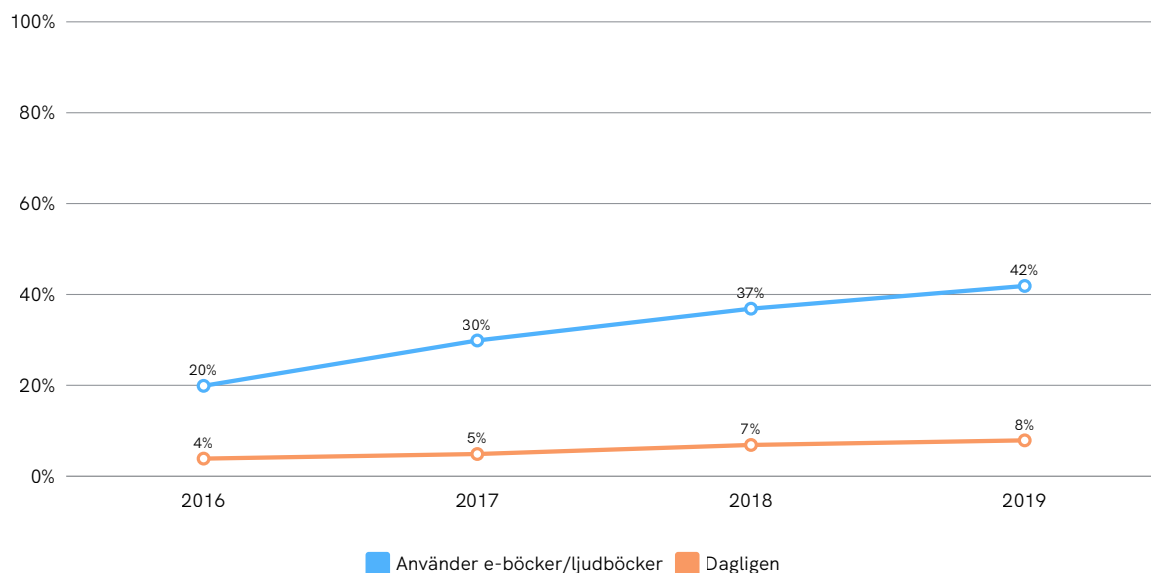


Digitala böcker kan antingen läsas på skärm eller lyssnas på i ljudformat. Knappt var tredje person läser e-bok och lite drygt lika många lyssnar på ljudbok. Sammantaget konsumerar 42 procent någon av dessa digitala böcker. Vi kan se att ljudboken har ett litet försprång på fem procentenheter till e-boken. Fram tills förra året 2018 ställdes e-bok/ljudbok som en gemensam fråga, men i år är de uppdelade i två separata frågor.

Låt oss titta på hur den långsiktiga utvecklingen för de digitala böckerna ser ut i nästa diagram 8.25.

Konsumtion av digitala böcker ökar stadigt

Diagram 8.25 Andel av internetanvändarna (12+ år), Läser e-böcker och/eller lyssnar på ljudböcker minst någon gång respektive dagligen, år 2016–2019

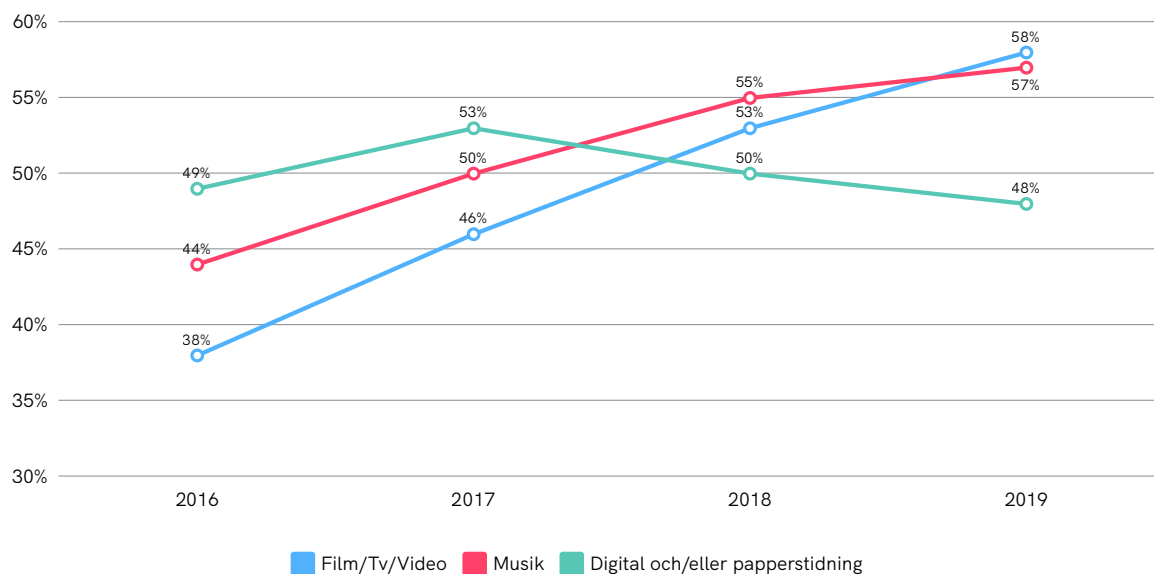


Den digitala konsumtionen av böcker ökar stadigt. På fyra år har konsumtionen mer än dubblats. Det är i synnerhet den yngre halvan av befolkningen som konsumerar digitala böcker. Mellan 12–45 år läser/lyssnar runt hälften av internetanvändarna på en digital bok. I högre grad gäller detta de som studerar och de som är mellan 36–45 år.

Betalningsvilja media

Fler betalar för film och musik online än för tidning

Diagram 8.26 Andel av internetanvändarna (12+ år), Betalar för abonnemang/prenumeration på film/tv/video, musik, dagstidningar, år 2016–2019

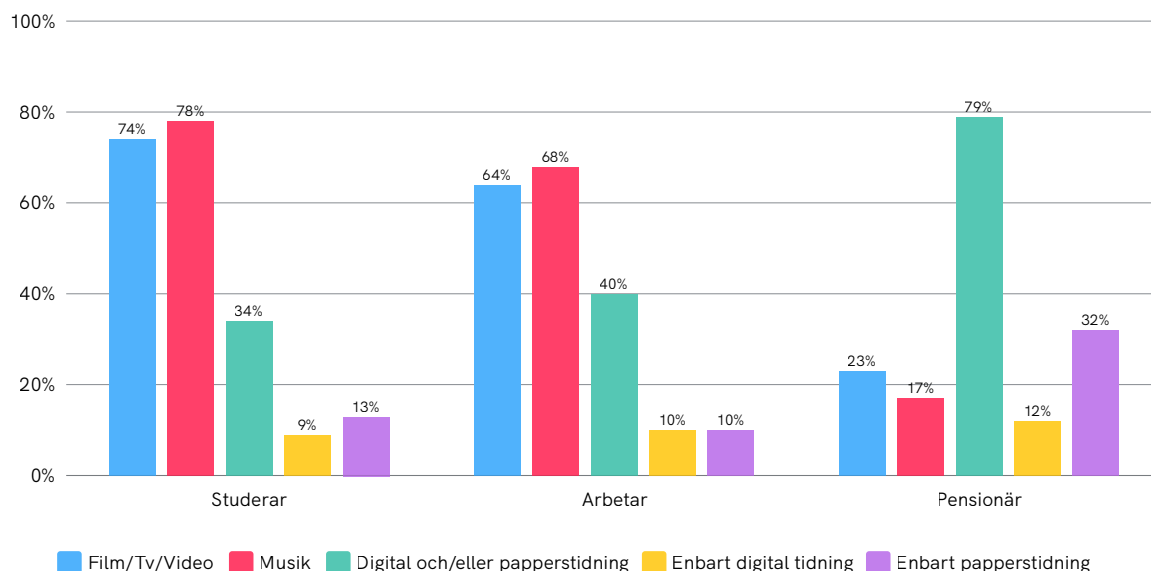


Praktiskt taget lika många betalar idag för abonnemang på film/tv/video (57%) som musik (58%). En stadig ökning för de digitala film- och musiktjänsterna har skett över åren. I synnerhet har abonnemangen för film/tv/video växt fort och ökat med 20 procentenheter sedan år 2016. Ökningen de senaste åren har skett brett i befolkningen.

I tidningsvärlden är bilden inte helt densamma. Totala andelen prenumeranter sjunker för varje år för att nu vara på en nivå på 48 procent. Det är dock främst papperstidningsprenumerationerna som sjunker.

Fler yngre betalar för film och musik på nätet

Diagram 8.27 Andel av internetanvändarna (12+ år), Betalar för abonnemang/prenumeration på film/tv/video, musik, dagstidningar, Sysselsättning år 2019



Det är i synnerhet den yngre halvan av internetbefolkningen som betalar för både film och musik på internet. Upp till 45 år betalar minst 7 av 10 för film och nära 8 av 10 för musik. Mest betalningsbenägna är 12-15-åringar där 79 procent uppger att de har betalabonnemang för film och 82 procent för musik. Pensionärerna är betydligt mindre intresserade av att abonnera på film (23%) och musik (17%) online än övriga.

När det gäller dagstidningar är intresset betydligt mindre hos de yngre – till skillnad från film (74%) och musik (78%) är det endast 34 procent av de studerande som betalar för en prenumeration. Det är i huvudsak pensionärerna (79%) som betalar för en tidningsprenumeration.

Bland den arbetande befolkningen (40%) prenumererar hälften så många som pensionärerna på en dagstidning. Den åldersgrupp som prenumererar i lägst utsträckning på en dagstidning är 26-35-åringarna (18%) varav fler har en digital än en pappersprenumeration.

Spel online domineras av yngre män

Mer än hälften av internetanvändarna spelar nöjesspel online och var tionde spelar om pengar på nätet. Att spela nöjesspel, spela om pengar eller titta på nätet på andra som spelar spel är i huvudsak en aktivitet som unga män ägnar sig åt. När det gäller nöjesspel är också äldre kvinnor något mer aktiva. Oavsett ålder är mobilen vårt förstahandsval för spel. Män spelar dock oftare nöjesspel på datorn än kvinnor och äldre använder sig oftare av surfplattan än yngre för spelande. Överlag ses inte varken mobilspel eller dataspel som särskilt väl använd tid av dess användare

Bland de yngsta är det även vanligt att på nätet titta på andra som spelar spel, i synnerhet fler killar än tjejer. Totalt sett ägnar sig en femtedel av internetanvändarna åt detta och hela två tredjedelar av de i åldern 12–15 år.

Kort översikt av innehållet (diagrammen och dess rubriker) i detta kapitel...

Nöjesspel

- 9.1 3 av 5 spelar nöjesspel på nätet
- 9.2 Yngre män och äldre kvinnor spelar nöjesspel
- 9.3 Män spelar på dator och kvinnor på mobilen
- 9.4 Äldre spelar oftare än yngre på surfplatta
- 9.5 Drygt 1 av 10 ser mobilspel som väl använd tid
- 9.6 Drygt 2 av 10 ser dataspel som väl använd tid

Spel om pengar

- 9.7 Män spelar oftare spel om pengar online än kvinnor
- 9.8 Spel om pengar online vanligast i åldern 26–35 år

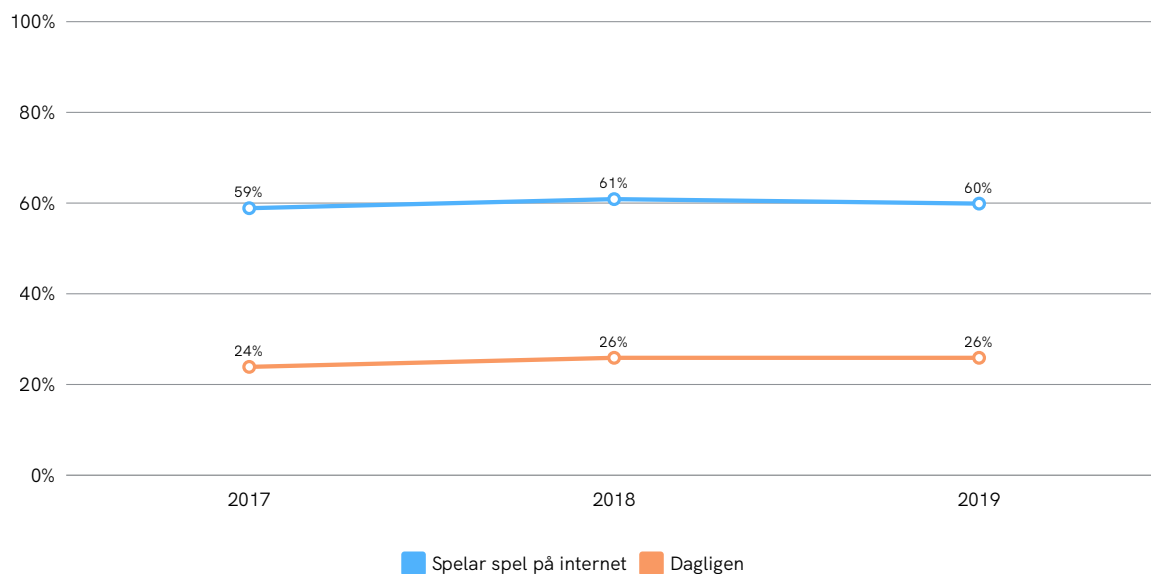
Titta på när andra spelar

- 9.9 En femtedel tittar på andra som spelar spel online
- 9.10 I majoritet de yngsta som tittar på andra som spelar spel online

Nöjesspel

3 av 5 spelar nöjesspel på nätet

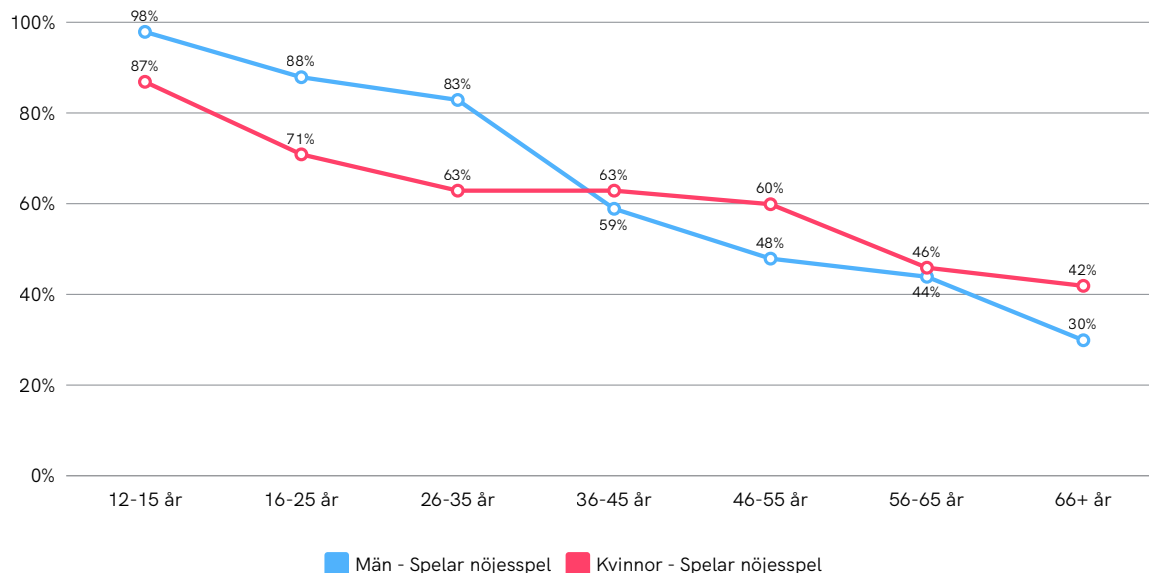
Diagram 9.1 Andel av internetanvändarna (12+ år), Spelar spel (nöjesspel, ej gambling) på internet minst någon gång respektive dagligen, år 2017-2019



Mer än hälften (60%) av internetanvändarna spelar nöjesspel på nätet och en fjärdedel gör det dagligen. Ingen större förändring har skett de senaste tre åren varken på total nivå eller på daglig basis.

Yngre män och äldre kvinnor spelar nöjesspel

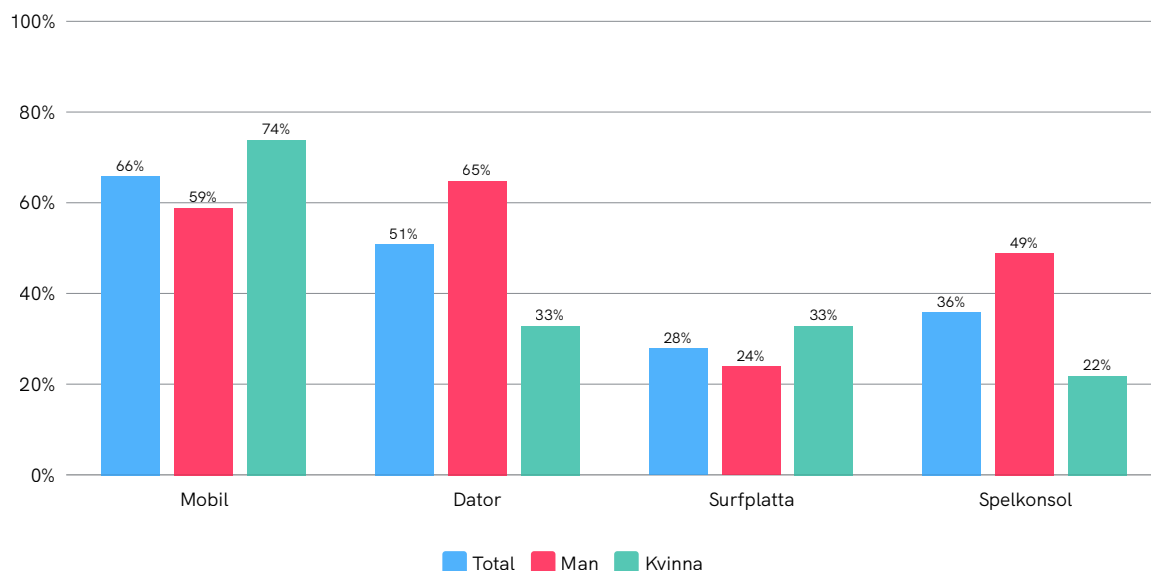
Diagram 9.2 Andel av internetanvändarna (12+ år), Spelar spel (nøjesspel, ej gambling) på internet minst någon gång respektive dagligen, Kön respektive åldersfördelning år 2019



Nøjesspelandet på internet är störst bland internetanvändande pojkar 12-15 år där praktiskt taget alla - 98 procent - spelar totalt sett och 81 procent på daglig basis. Upp till 35 år är det fler män än kvinnor som spelar nöjesspel på nätet men sedan tar kvinnorna över. Bland de som är 66 år eller äldre är gapet mellan män (30%) och kvinnor (42%) hela 12 procentenheter.

Män spelar på dator och kvinnor på mobilen

Diagram 9.3 Andel av internetanvändarna som spelar nöjesspel online (12+ år), Spelar nöjesspel på respektive enhet, Kön år 2019

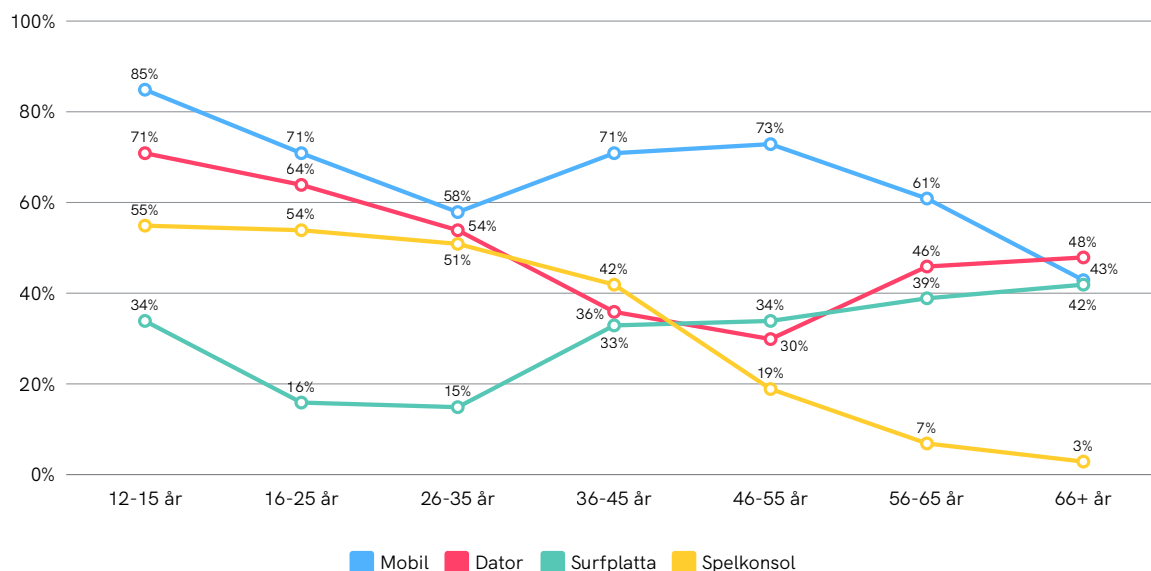


Totalt sett är mobilen (66%) den vanligaste enheten att spela nöjesspel på. Kvinnor (74%) spelar överlägset oftare på mobilen än män (59%) och använder också surfplattan oftare än män för nöjesspel.

Män väljer däremot i störst utsträckning att spela nöjesspel på dator (65%) och använder även spelkonsol betydligt mer ofta än kvinnor.

Äldre spelar oftare än yngre på surfplatta

Diagram 9.4 Andel av internetanvändarna som spelar nöjesspel online (12+ år), Spelar nöjesspel på respektive enhet, Åldersfördelning år 2019



Mobilen används för nöjesspel i högst grad av alla upp till 65 år. Sedan får mobilen konkurrens av surfplattan och blir omsprungen av datorn hos de äldsta.

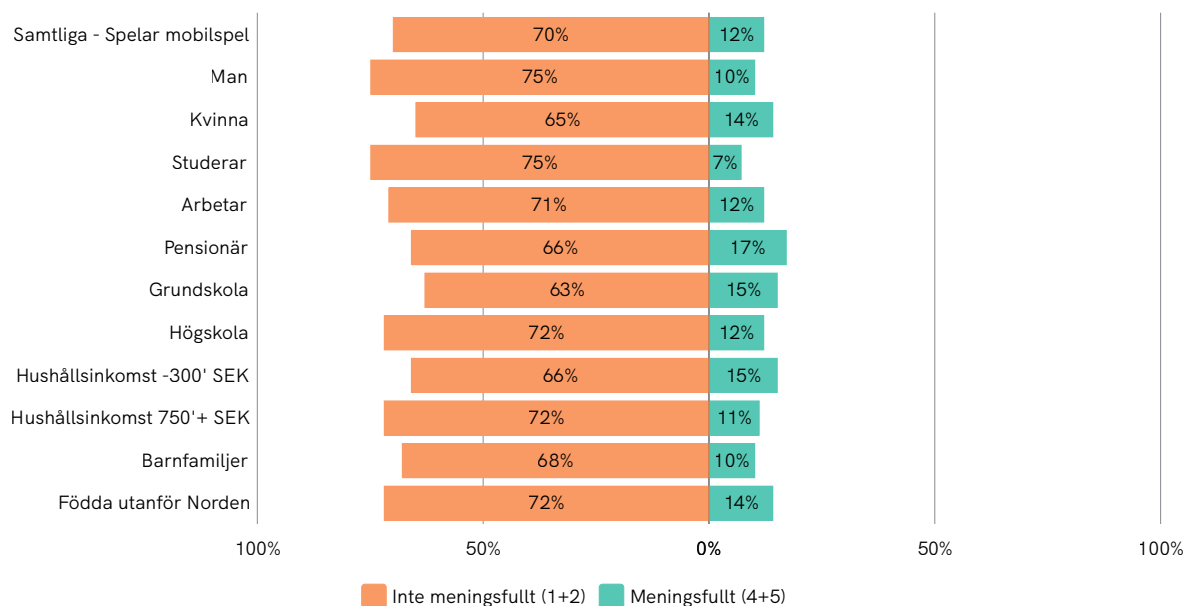
Datorn är mer populär bland de upp till 35 år och de äldre än 55 år och har alltså en dipp hos de mellan 36-55 år som spelar flitigast på sina mobiler.

Surfplattan är mer de äldres plattform för spel – upp till 35 år används surfplattan i lägst utsträckning av alla enheter och bland de äldre än 65 år i praktiskt taget lika hög utsträckning som mobilen.

Spelkonsolen används av drygt hälften av de upp till 35 år och efter 55 år använder inte ens 1 av 10 spelkonsol.

Drygt 1 av 10 ser mobilspel som väl använd tid

Diagram 9.5 Andel av internetanvändarna som anger att de spelar mobilspel respektive dataspel (16+ år), i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid mobilspel respektive dataspel, Skala 1-5
5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019

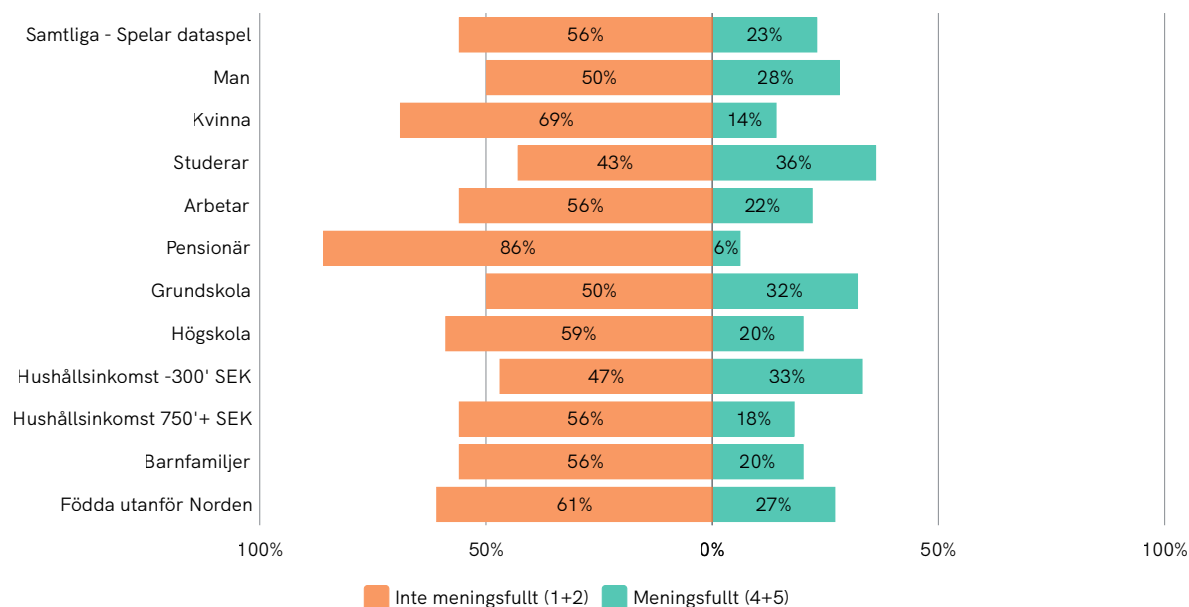


Majoriteten av internetanvändarna (16+ år) som spelar mobilspel upplever inte att den tiden känns vidare meningsfull. Endast drygt 1 av 10 anser att mobilspel (12%) är väl använd tid. Hela 70 procent tycker inte att tiden på mobilspel känns meningsfullt.

Pensionärer är något mer positiva än studerande, som är minst positiva av alla i jämförelse. Kvinnor är något mer positiva än män.

Drygt 2 av 10 ser dataspel som väl använd tid

Diagram 9.6 Andel av internetanvändarna som anger att de spelar dataspel (16+ år), i vilken grad tid används väl/meningsfullt vid dataspel, Skala 1-5= Mycket meningsfullt och 1=Inte alls meningsfullt, år 2019



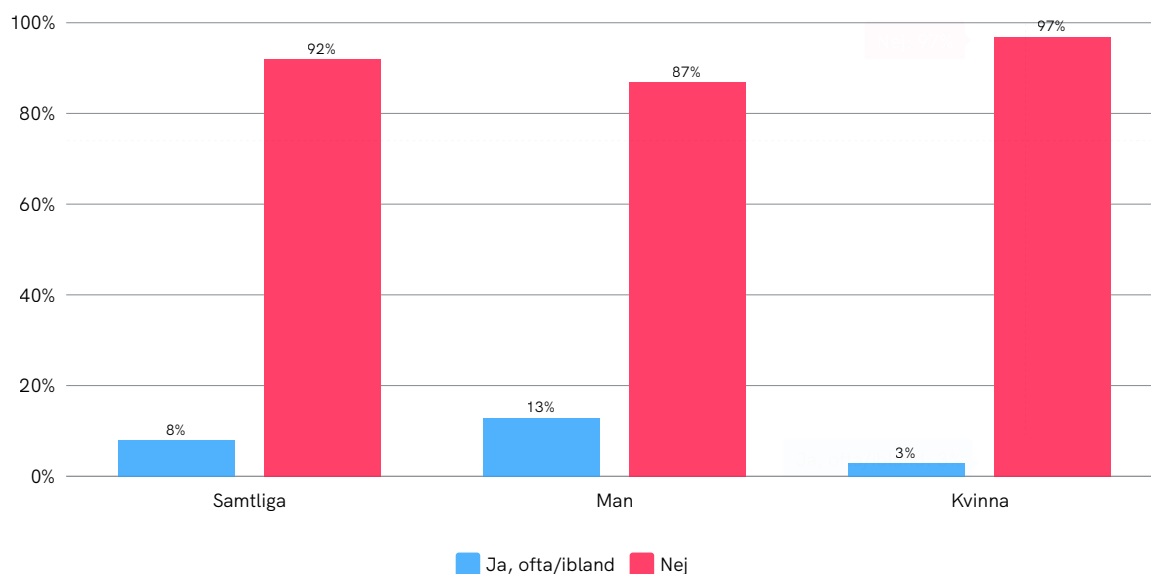
Knappt en fjärdedel av internetanvändarna (16+ år) som spelar dataspel tycker att tiden är väl använd. Mer än hälften (56%) tycker inte att det är meningsfull tid.

Mest meningsfull finner de studerande (36%) dataspelen och minst meningsfull tid anser pensionärerna att dataspelen är i jämförelse. Män är betydligt mer positiva än kvinnor.

Spel om pengar

Män spelar oftare spel om pengar online än kvinnor

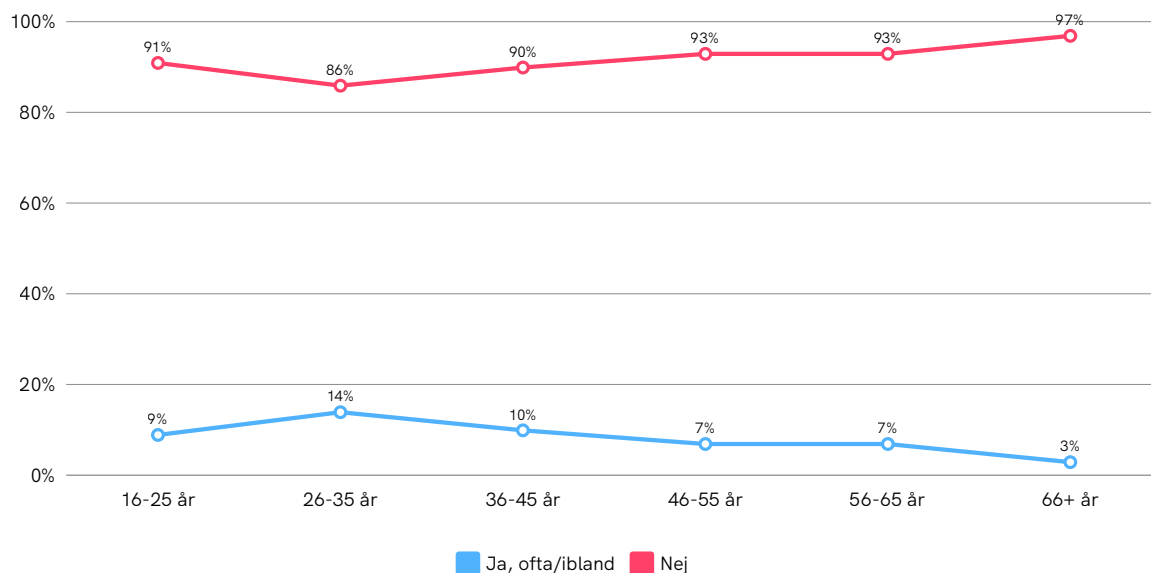
Diagram 9.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Spelar spel om pengar (t.ex. betting och casinospel) online (16+ år), Kön år 2019



Färre än 1 av 10 av internetanvändarna (16+ år) anger att de spelar spel om pengar online. Tre gånger fler män (16%) än kvinnor (4%) ägnar sig åt detta. "Ofta" och "Ibland" är sammanslaget då endast 1 procent anger att de ägnar sig åt spel om pengar online ofta.

Spel om pengar online vanligast i åldern 26–35 år

Diagram 9.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Spelar spel om pengar (t.ex. betting och casinospel) online, Åldersfördelning år 2019

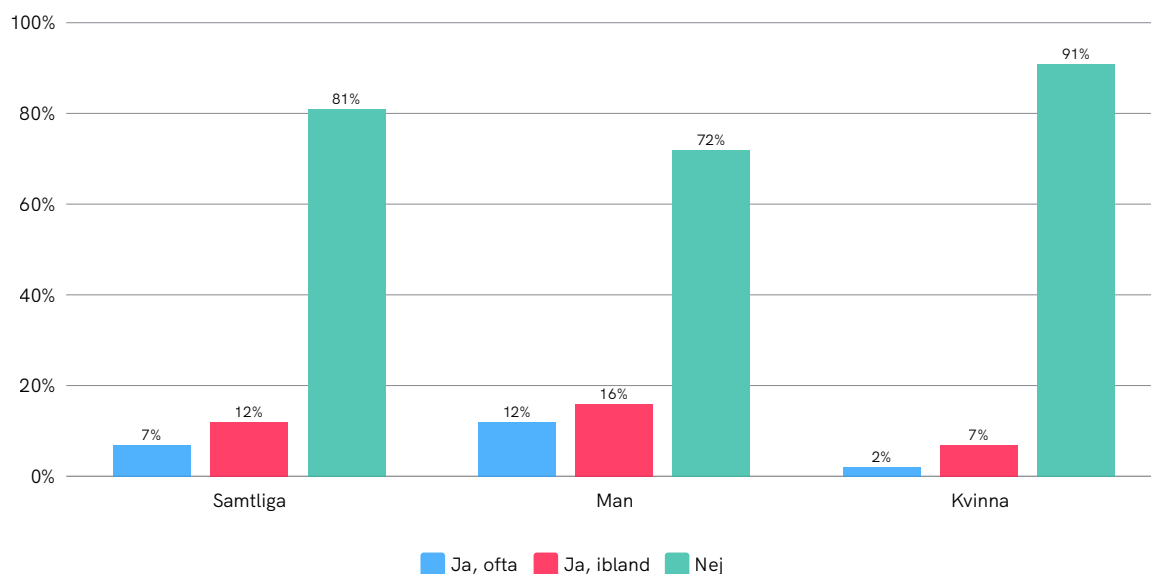


Spel om pengar online är vanligast i åldern 26–35 år (14%). Bland de internetanvändare som är äldre än 65 år (3%) anger ytterst få att de spelar om pengar online.

Titta på när andra spelar

En femtedel tittar på andra som spelar spel online

Diagram 9.9 Andel av internetanvändarna (12+ år), Tittar på andra som spelar spel online (t.ex. på Twitch, Youtube eller e-sportplattformar), Kön år 2019

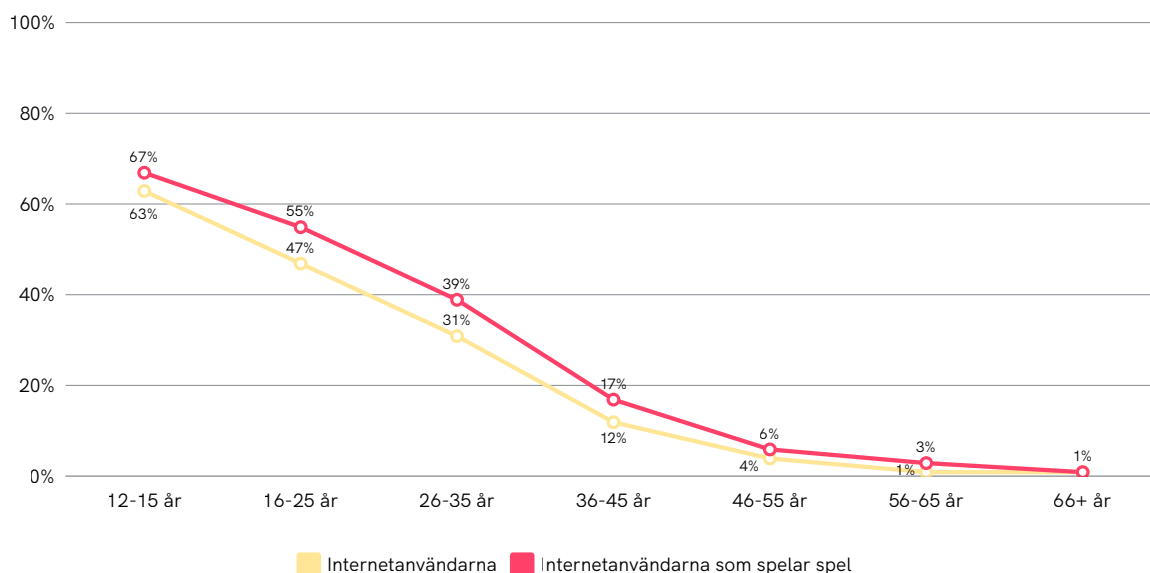


Totalt sett bland internetanvändarna är det 19 procent som tittar på andra som spelar spel på internet. Det är fler män (28%) än kvinnor (9%).

Bland de som själva spelar spel ligger siffran totalt sett på 30 procent. Även här är det betydligt fler män (43%) än kvinnor (14%).

I majoritet de yngsta som tittar på andra som spelar spel online

Diagram 9.10 Andel av internetanvändarna samt internetanvändarna som spelar spel (12+ år), Tittar på andra som spelar spel online (t.ex. på Twitch, Youtube eller e-sportplattformar), Åldersfördelning år 2019



Att på internet titta på andra som spelar spel är en aktivitet som huvudsakligen de yngsta ägnar sig åt. I synnerhet är det de som är mellan 12-15 år som ägnar sig åt detta - bland internetanvändarna 63 procent och internetanvändarna som själva spelar spel 67 procent. Efter 15 år sjunker användandet stadigt och efter 46 år är det endast några få procent som tittar på andra som spelar spel online.

Fakta om Svenskarna och internet 2019

Bakgrund

Materialet i denna rapport baserar sig på Internetstiftelsens undersökning *Svenskarna och internet 2019*. Sedan år 2000 har World Internet Institute samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Detta har framförallt gjorts genom panelstudien *Svenskarna och internet*, en studie som från början omfattade 2 000 telefonintervjuer och idag cirka 3 000 intervjuer, baserat på ett slumpvist urval av befolkningen från 11 år och uppåt (2007 och tidigare från 18 år). Sedan år 2010 är Internetstiftelsen huvudman för studien.

Svenskarna och internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och nu har projektet ett trettiotal medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade Common Questions. Dessa är formulerade likadant i varje land för att skapa jämförbara resultat.

Intervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuade personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och användning av internet i olika former. Till ungdomar 11–15 år ställs också frågor till deras föräldrar.

De som deltog i fjolårets undersökning (2018) fick frågan om de ville delta igen. Totalt var det 1 241 personer som då svarade att de ville delta i årets undersökning.

Deltagare i åldern 11–15 år rekryteras genom att deras föräldrar får brev eller blir uppringda och då ger sitt medgivande till intervju.

I årets undersökning är det 1 701 personer (57%) som deltagit i undersökningen via webbenkät och 1 302 (43%) per telefon.

Metod

Svenskarna och internet är upplagd efter en så kallad revolving panel design. Det innebär att grunden utgörs av en panel av människor som intervjuas år efter år.

En del i panelen faller dock ifrån av olika skäl, till exempel att de inte vill vara med längre eller att de har flyttat, bytt namn eller av andra anledningar är svåra att få tag på. Därför tillkommer ett nytt urval människor varje år som ska fylla upp bortfallet i panelen. De utgör också en kontrollgrupp som gör det möjligt att kontrollera för paneleffekter. Syftet är att det totala urvalet av människor som intervjuas varje år ska vara representativt för befolkningen.

Urval

Urvalen beställs via SPAR och Marknadsinformation i Sverige. Spar är statens personadressregister som nu handhas av Skatteverket. Det är ett offentligt register som omfattar alla personer som är folkbokförda i Sverige, både svenska och utländska medborgare.

Totalurvalet för de vuxna, 16 år och äldre, var 19 014 varav 1 778 hade ej nåbara telefonnummer vilket ger 17 236 i storurval. 3 110 ville eller kunde inte vara med, 205 personer hade språkproblem och ytterligare 165 var ej kvalificerade. Antalet genomförda vuxenintervjuer uppgick till 2 706. Det ger en svarsprocent på 16 procent beräknat på storurvalet.

Till drygt halva totalurvalet (10 000 personer) skickades brev med information om undersökningen och inbjudan med länk till att besvara undersökningen via webbformulär. Alla som fått brev men ej besvarat undersökningen påmindes via sms.

I ungdomsintervjuerna, 11–15 år, där föräldrarnas samtycke först måste inhämtas är svarsprocenten något lägre. Totalurvalet för ungdomarna var 3 528 varav 339 hade ej nåbara nummer. Storurvalet var 3 189 varav 389 inte kunde eller ville vara med och 40 hade språkproblem.

Svenskarna och internet 2019			Svenska folkets åldersfördelning (SCB 31.12.2018)	
Ålder	Antal	Procent	Ålder	Procent
12-15 år	174	6,0%	12-15 år	5,3%
16-25 år	473	16,4%	16-25 år	13,5%
26-35 år	415	14,4%	26-35 år	16,2%
36-45 år	363	12,6%	36-45 år	14,6%
46-55 år	434	15,1%	46-55 år	15,3%
56-65 år	347	12,1%	56-65 år	13,1%
66-75 år	421	14,6%	66-75 år	12,6%
76+ år	251	8,7%	76+ år	9,4%
Totalt	2 878*	100%		100%

Tidsperiod

Med undantag för de allra första åren genomförs undersökningen i början av året. 2019 års undersökning pågick februari och mars 2019.

Vuxenundersökning 2019

Intervjuundersökning av ett urval av befolkningen 16+ år (ingen övre gräns).

Antal intervjuade: 2 706

52 procent av deltagarna är män och 48 procent kvinnor. 69 procent bor i stad och 31 procent på landsbygden.

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för den svenska toppdomänen .se och för driften av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar inom forskning och utbildning i syfte att internetanvändare i Sverige ska kunna vidareutveckla sin användning på ett medvetet sätt, samt ge kunskap om internetanvändningen i Sverige och digitaliseringens påverkan på samhället. Vår vision är att alla i Sverige vill, vågar och kan använda internet.

Exempel på våra satsningar är:

- den här rapporten: Svenskarna och Internet
- start- och mötesplatsen Goto 10
- folkbildningssatsningen Internetkunskap
- det digitala muséet Internetmuseum
- lärresursen Digitala lektioner
- konferensen Internetdagarna
- mätverktyget Bredbandskollen