

Prosjektnotat nr. 2-2014

Dag Slette-meås

Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen

SIFO-survey hurtigstatistikk 2013

SIFO

© SIFO 2014
Prosjektnotat nr. 2 – 2014

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

| | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|
| Tittel Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen | Antall sider 49 | Dato 25.03.2014 |
| Title Smartphone and tablet use in the Norwegian population | ISBN | ISSN |
| Forfatter(e) Dag Slette-meås | Prosjektnummer 11200445 | Faglig ansvarlig sign. |
| Oppdragsgiver | | |
| Sammendrag Smarttelefoner og nettbrett har befestet seg som hverdagsverktøy i den norske befolkningen. I denne rapporten ser vi på tilgang til smarttelefon og app'er som lastes ned, og på spørsmål knyttet til mobilen som betalingskanal. Rapporten ser også på tilgang til nettbrett og app'er som lastes ned, samt mer inngående på hvor, av hvem, når, og hvor ofte nettbrettet benyttes i hverdagen. | | |
| Summary Smartphones and tablets have become everyday tools in the lives of the Norwegian population. In this report we look at access to smartphones and downloaded apps, in addition to questions related to the mobile phone as a payment channel. The report also looks at access to tablets and downloaded apps, and more prominently on where, by whom, when, and how often tablets are used in everyday life. | | |
| Stikkord Smarttelefoner, nettbrett, applikasjoner/app'er, mobil betaling | | |
| Keywords Smartphones, tablets, applications/apps, mobile payment | | |

Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen

SIFO-survey hurtigstatistikk 2013

av

Dag Slette-meås

2014

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo

Forord

Dette notatet er basert på SIFO-surveyen 2013. Målsetningen med SIFO-surveyen er å skaffe innsikt i forbrukernes hverdag, med vekt på hvordan de orienterer seg, gjør sine valg og hvilke faktiske erfaringer de har med kommersielle produkter og tjenesteleverandører. Respondentene har i år besvart spørsmål knyttet til forskjellige forbrukerrelaterte områder. Noen av disse er faste, andre varierer fra år til år.

De digitale eller IKT-relaterte spørsmålene i årets survey er knyttet til smarttelefon og nettbrett, med størst fokus mobil betaling og på bruk av nettbrett. Fjorårets publikasjon fokuserte derimot mer på smarttelefon og mobilbaserte tjenester (Slettemeås og Helle-Valle 2012). Digital/IKT-tematikk er i tillegg dokumentert i følgende tidligere publikasjoner; Slettemeås (2006), Slettemeås og Kjørstad (2008), Slettemeås (2008), Slettemeås (2009) og Slettemeås og Tronrud (2011).

Problemstillinger knyttet til smarttelefon- og nettbrettbruk er svært relevante. Utbredelsen av både utstyr og tjenester skjer enormt raskt, og denne type teknologi blir stadig mer integrert i befolkningens hverdagsliv – på godt og vondt. Derfor er det viktig å følge denne utviklingen tett. Denne rapporten gir kun et oversiktsbilde, men danner likevel et godt grunnlag for andre typer analyser og fokusområder i fremtidige undersøkelser.

Oslo, 25. mars 2014

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Innhold

| | |
|---|----|
| Forord..... | 5 |
| Innhold | 7 |
| Sammendrag..... | 9 |
| 1 Innledning | 13 |
| 1.1 Bakgrunn..... | 13 |
| 1.2 Metode og utvalg..... | 13 |
| 2 Smarttelefon..... | 15 |
| 2.1 Tilgang til smarttelefon | 15 |
| 2.2 App'er | 16 |
| 3 Mobil betaling..... | 19 |
| 3.1 Kjøp og transaksjoner med mobil | 19 |
| 3.2 Mobil bank og holdninger til mobil betaling | 25 |
| 4 Nettbrett | 31 |
| 4.1 Tilgang og eierskap til nettbrett | 31 |
| 4.2 App-nedlastinger og bruk av nettbrett..... | 34 |
| 5 Konklusjon..... | 41 |
| Litteratur..... | 43 |
| Vedlegg | 45 |

Sammendrag

Smarttelefon

Både salgsstall, bruksfrekvenser og antall bruksområder viser hvor epokegjørende smarttelefonen er blitt på kort tid. Omsetningstall for mobiltelefoner (og smarttelefoner) viser en økning på 9 % i salget fra 2012 til 2013 (2,4 millioner solgte enheter i 2013). Smarttelefoner utgjør omtrent 90 % av dette salget.

Tilgangen til smarttelefoner har økt fra 57 % i 2012 til 74 % i 2013. Denne økningen reflekteres både i kjønns- og i aldersvariablene. Det interessante er at mens en større andel menn enn kvinner hadde smarttelefon i 2012, har dette snudd i 2013. Det er nå hele 75 % av kvinnene som har slik telefon, mot 73 % blant menn. For alder er økningen jevnt fordelt i alderskategoriene, men økningen er størst for den eldste gruppen (over 60 år), der andelen med tilgang steg fra 27 % i 2012 til 47 % i 2013. Andelen med smarttelefon ser ut til å øke noe med utdanning og personlig inntekt, men dette ser ikke ut til å gjelde de med lavest inntekt (der en stor andel antas å være studenter/elever). For yrkesstatus er det et stort sprik i smarttefontilgang mellom f.eks. elever/studenter (87 %) og heltidsarbeidende (84 %) sammenliknet med pensjonister (36 %) og hjemmeværende (40 %)

Nedlasting og bruk av app'er må ses i nær sammenheng med tilgang til og bruk av smarttelefon. Den raske utbredelsen og populariteten til smartmobilen har i stor grad blitt drevet frem av muligheten for å laste ned tredjepartsapplikasjoner. I 2013 er det 10 % som ikke har lastet ned noen app'er, mens det er 51 % som har mellom 1 og 20 app'er. Andelen med flere enn dette synker gradvis frem til 50 app'er eller mer. Det er 10 % av smarttelefonbrukere som har lastet ned mer enn 50 app'er, og andelen er større blant menn (14 %) enn blant kvinner (6 %). Ser vi på alder er det hele 20 % som har mer enn 50 app'er blant de mellom 18 og 29 år. For de over 60 år har kun 4 % det samme, men det er likevel en betydelig andel (56 %) som har lastet ned mellom 1 og 20 app'er i denne aldersgruppen.

Det å lese brukervilkårene før man laster ned en app anses som en viktig handling i et forbruker- og personvernperspektiv. Det er 1 av 4 som leser brukervilkårene ofte eller alltid før de laster ned app'er i 2013. Men omtrent like mange leser aldri disse vilkårene (23 %), mens 52 % gjør dette sjelden eller aldri. Det er marginale kjønnsforskjeller mens alder spiller inn. Det er kun 15 % av de mellom 18 og 29 år som leser vilkårene ofte eller alltid, mens 46 % av de over 60 år gjør dette. På motsatt ende av skalaen er det 63 % blant de yngste som sjelden eller aldri leser brukervilkår, mot 32 % blant de eldste.

Mobil betaling

Smarttelefonen tillater i økende grad ulike former for betaling og transaksjon. Forbrukerrådet fremhever relevante betalingsmetoder som betaling med NFC i fysisk butikk, QR-koder, via apper, overtaksert SMS, eller som ordinært kjøp i nettbutikk via telefonens nettleser. I 2013-surveyen ble det spurt om bruk av mobilen til betaling for ulike tjenester/produkter de siste 12 måneder (gjennom SMS-betaling, debetkort, mobil bank, etc.). For de som eier/disponerer smartmobil er fremdeles *betaling for ulike app'er/innholdstjenester* dominerende (38 %), men endringen er marginal sammenliknet med 2012. *Bruk av mobil bank* er også relativt ut-

bredd og har økt til 31 % i 2013 (fra 26 % i 2012). Vi ser også en viss økning i andelen som *betaler for avgifter/abonnementer* med mobilen (som f.eks. parkering, gjerne ved SMS-betaling) – fra 16 % i 2012 til 20 % i 2013. Det er dessuten en viss økning i andelen som har benyttet seg av *betalinger i app'er (in-app purchases)* – fra 11 % i 2012 til 15 % i 2013. *Mobil handel* har også blitt noe mer populært, og vi ser en økning fra 10 % til 13 % på ett år. *Betaling til humanitære formål* har derimot sunket noe, fra 10 % i 2012 til 8 % i 2013, mens *kjøp av produkter i automat* har holdt seg stabilt lavt rundt 4-5 %. Ser vi på tallene for mobil betaling mer generelt er disse delvis preget av kjønns- og aldersforskjeller, der menn og yngre er noe mer aktive enn kvinner og eldre.

Ser vi på *bruk av banktjenester på mobilen* (f.eks. overføre penger, sjekke saldo, betale regninger, osv) blant de som eier/disponerer en smartmobil er det 7 % som bruker slike banktjenester på mobil daglig. Ser vi på daglig, annenhver dag og ukentlig bruk til sammen er det hele 39 % som benytter slike tjenester i løpet av en uke – mens 37 % aldri benytter banktjenester på mobil. Det er ingen forskjeller på kjønn, mens de yngre er klart hyppigere brukere enn de eldre. Hele 55 % av de mellom 18 og 39 år bruker banktjenester på mobil ukentlig eller oftere, mot 17 % for de over 60 år. For de over 60 år er det dessuten 58 % som aldri benytter seg av banktjenester på mobil.

Når det gjelder å få *andre kostnader enn telefontjenester fakturert på mobilregningen* mener 23 % av alle smartmobilbrukere at dette er problematisk, mens 30 % er relativt likegyldige, og 28 % mener dette er uproblematisk. Blant de yngste er det flere som synes dette er uproblematisk (34 %) enn problematisk (18 %), mens for de to eldste gruppene er det en liten overvekt som mener dette er mer problematisk enn uproblematisk. I den eldste aldersgruppen er det for øvrig 29 % som ikke vet hva de skal svare.

På spørsmål om *mobilen ble ansett som en sikker/trygg betalingskanal* var det 45 % totalt som sa seg enige i denne påstanden, og 12 % av disse var helt enige. Det er ingen betydelige kjønnsforskjeller her men en noe større andel kvinner er helt enige i påstanden (14 %) enn menn (9 %). Ser vi på aldersvariabelen er eldre noe mer skeptiske enn yngre. Blant de yngste er det hele 56 % som er enige i at mobilen er trygg nok til betaling (og 16 % er helt enige), mens blant de eldste er det 27 % totalt sett som mener mobilen er trygg nok (mens kun 5 % er helt enige). Sammenliknes 2013 med 2012 ser vi en markant økning i andelen både totalt sett og innenfor kjønns- og alderkategoriene som mener mobilen er trygg nok til betaling.

På spørsmål om *mobilen burde kunne brukes til betaling for alle typer tjenester* var 40 % enige i denne påstanden, og 13 % av disse var helt enige. Det er en marginal kjønnsforskjell her, der 44 % blant menn var enige i dette mot 36 % blant kvinner. Til forskjell fra forrige påstand om hvor trygg mobilen oppleves som betalingskanal, er det her ingen betydelige aldersforskjeller.

På spørsmål om forbrukere tror *mobilen vil erstatte kontant- eller kortbetaling i fremtiden* var det 38 % totalt sett som var enige i dette (9 % var helt enige), og en noe større andel menn (44 %) enn kvinner (31 %). Ser vi på alder er faktisk de yngste (18-29 år) den gruppen som *i minst grad* tror mobilbetaling vil ta helt over (31 %). Dette er noe overraskende ettersom denne gruppen oftest både bruker, og har mest tro på/er minst kritisk til, ny teknologi. Det er derimot de to eldste gruppene som har mest tro på dette; 44 % blant 45-59-åringene, og 42 % blant de over 60 år. Dette kan være resultat av en form for teknologifatalisme der man tror en viss type teknologitvilling er uunngåelig, uavhengig av om dette er et resultat av noe man selv ønsker seg eller ikke.

Nettbrett

Nettbrett har vist en formidabel salgsvekst siden de første iPad'ene ble lansert på det norske markedet i 2010. I 2013 ble det solgt rundt 950 000 nettbrett, en økning på 90 % fra 2012.

Norske forbrukere besitter en rekke forskjellige nettbrettyper, men Apple's iPad er fremdeles dominerende.

Ser vi på *tilgang til nettbrett* var det 46 % av befolkningen som eide eller disponerte et nettbrett i 2013 (34 % både eide og disponerte nettbrett, mens 12 % kun disponerte brettet uten å eie det). En noe større andel menn (37 %) enn kvinner (31 %) eier nettbrett. Ser vi på alder er det de mellom 30 og 44 år som har størst andel nettbrettbrukere (60 %), og av disse er 44 % eiere av nettbrett. De yngre er langt fra så dominerende her som i smarttelefonsegmentet. For smarttelefon var det 90 % av de yngste som eide/disponerte en smarttelefon i 2013, mot 47 % i den eldste gruppen. Her ser vi at andelene er mye jevnere – og blant de som eier et nettbrett er andelen blant de yngste 31 % mot de 26 % blant de eldste.

Sammenlikner vi *eierskap til nettbrett* i 2013 mot 2012 er veksten markant. Totalt sett har nettbretteierskap økt fra 24 % til 34 %. Det mest overraskende er at mens kvinner hadde en (marginalt) større andel nettbretteiere i 2012, har nå menn gått forbi. For menn økte andelen eiere fra 22 % til hele 37 % på ett år, mens veksten var mer beskjeden for kvinner – fra 26 % til 31 %. Ser vi på alder er veksten størst blant de i alderen 30-44 år (en økning fra 32 % til 44 %), og blant de eldste over 60 år (fra 13 % til 26 %).

Ser vi på *andre bakgrunnsvariable*, som yrkesstatus, personlig inntekt og utdanning, viser det seg at heltidsarbeidende (58 %) og selvstendig næringsdrivende (50 %) i størst grad har tilgang til nettbrett. Deltidsarbeidende (44 %) og hjemmeværende (43 %) har også relativt høy tilgang. For smarttelefontilgang var bildet annerledes; der lå hjemmeværende på bunn i tilgang sammen med alderspensjonister. Dette kan bety at disse to medieplattformene fungerer som erstatninger for hverandre i visse grupper. For alderspensjonister er derimot bildet likt det vi så for smarttelefoner; denne gruppen figurerer nederst på skalaen også når det gjelder tilgang til nettbrett (26 %). For personlig inntekt stiger tilgangen med økt inntekt, bortsett fra for den laveste inntektskategorien. Dette skyldes nok (som med smarttelefoner) at denne gruppen i stor grad består av ungdom som har tilgang gjennom husstanden de bor i eller som har fått nettbrett i gave. For utdanning er bildet det samme; tilgangen stiger med økt utdanning.

Hvis vi ser nærmere på *hvordan nettbrett blir anskaffet*, ser vi at for de som eier nettbrett så er det 56 % som har betalt dette av egen lomme, mens 20 % har fått det av sin ektefelle eller partner. Det er 11 % som har fått det som gave, og 6 % har fått det av sin arbeidsgiver. Det er kun 2 % som har fått det av sine foreldre, mens 4 % eier det i fellesskap med andre i husholdet. Vi ser dermed at av de som selv eier et nettbrett har hele 39 % fått det av andre. Av de som ikke eier nettbrett selv, men som kun disponerer det, er det flest som hevder at ektefelle/partner har kjøpt dette (42 %), mens 14 % har kjøpt brettet men ser likevel ikke på seg selv som eier. Videre er det 14 % som hevder at arbeidsgiver har kjøpt nettbrettet. Det er videre 11 % som oppgir at foreldre har kjøpt nettbrettet.

Tredjeparts app'er som lastes ned til nettbrettet kan dekke mange typer arenaer og bruksområder. Blant de som eier nettbrett er det 21 % som har mellom 1 og 9 app'er, og 25 % som har mellom 10 og 19 app'er. Etter dette synker andelen som har flere app'er – helt til vi kommer til 50 app'er eller mer. Her ser vi en markant økning til hele 12 % i andelen av nettbretteiere som hevder å ha lastet ned over 50 app'er. Av de som kun disponerer nettbrettet er det 30 % som ikke har lastet ned app'er i det hele tatt, mens 23 % har lastet ned 1 til 9 app'er. Det er i tillegg 20 % som ikke vet hvor mange app'er de har lastet ned.

Ved å slå sammen de som eier og de som disponerer nettbrett ser vi at det er flest som har lastet ned 1 til 9 og 10 til 19 app'er totalt sett. Det er marginale kjønnsforskjeller her, bortsett fra for nedlasting av 50 app'er eller mer; her er det en langt større andel menn (13 %) enn kvinner (5 %) som laster ned et så stort antall app'er. Tar vi for oss antall nedlastede app'er etter alder, er det færrest blant de unge som ikke har lastet ned noen app'er i det hele tatt (4

%), mens det er flest blant de over 60 år som har lastet ned 1 til 9 app'er (31 %), og det er flest av de unge mellom 18 og 29 år som har lastet ned over 50 app'er (16 %).

For *bruken av nettbrett* ser vi at det stor forskjell på de som eier nettbrett selv og de som kun disponerer brettet. Av nettbretteiere er det hele 69 % som bruker dette daglig, mot kun 21 % av de som kun disponerer nettbrett. Av nettbretteiere er det hele 92 % som bruker dette ukentlig eller oftere, mot 62 % blant de som kun disponerer nettbrett. Det er igjen marginale kjønnsforskjeller i bruken av nettbrett, og daglig bruk er helt jevnt fordelt. For alder er bildet noe annerledes enn for kjønn, og overraskende nok er det *størst andel blant de over 60 år som er daglige brukere av nettbrett* (67 %), og bruken er dessuten jevnt stigende med alder. Det er få teknologier som kan vise til et slikt aldersforhold i daglig bruk. På motsatt ende av aldersskalaen ligger de unge brukerne (18-29 år), og her er det kun 43 % som er daglige brukere. Men blant de yngste er det relativt mange som bruker nettbrett annenhver dag (17 %) og ukentlig (23 %). Blant de yngste er det derfor 83 % som bruker nettbrett ukentlig eller oftere, mot 87 % blant de eldste.

Plasseringen av bruker og nettbrett viser at de aller flest bruker nettbrettet hjemme – og da primært til fritidsbruk (92 %). Men 14 % bruker brettet til jobberelaterte formål, og da en noe større andel menn (19 %) enn kvinner (9 %). Selv om nettbrettet er relativt stedbundet er det likevel mange som bruker det på reise – og da primært til fritidsformål (44 %). Men noen benytter det også til jobberelaterte aktiviteter på reise (14 %), og da i større grad menn (20 %) enn kvinner (7 %). Få bruker nettbrettet som erstatning eller tillegg til PC'en på arbeidsplassen – kun 7 % – og i noe større grad menn (9 %) enn kvinner (4 %). Ser vi på alder er det størst andel blant de mellom 45 og 59 år (31 %) som tar med seg nettbrettet hjem for å jobbe. Denne gruppen dominerer også jobbruk på reise (19 %). For de som benytter brettet til fritidsformål på reise er det størst andel blant de over 60 år (54 %). Til slutt er det størst andel blant de yngste som bruker nettbrettet fast på arbeidsplassen (10 %).

Mens smarttelefoner oppfattes som svært *personlige* teknologier, ønsket vi å få innblikk i hvorvidt nettbrett var typisk personlige eller kollektive teknologier. På spørsmål om *hvem som har tilgang til å bruke nettbrett* hevder 87 % at de selv har tilgang, mens en stor andel hevder at partner/ektefelle (66 %) og barn (45 %) også har tilgang. Blant barnefamilier er det over 80 % som lar barna ta del i nettbrettbruken. Vi kan dermed konkludere med at nettbrettet er et langt mer *kollektivt medium enn smarttelefonen*, og at det i hovedsak benyttes til fritidsformål i hjemmet (selv om også tas med på fritidsreiser). Det er uansett tydelig at nettbrettet primært sett *ikke* er et arbeidsverktøy.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

I denne rapporten benytter vi den årlige SIFO-surveyen som utgangspunkt for å analysere spørsmål knyttet til forbrukernes holdninger og erfaringer i markedet for digitale tjenester. Målsetningen er å kunne sammenlikne data over tid for dermed å kunne si noe om utvikling og modning på dette feltet. Digital/IKT-spørsmål ble trukket inn første gang i 2006-surveyen (Slette-meås 2006). Dette ble videre fulgt opp i 2007 (Slette-meås og Kjørstad 2008) da vi i tillegg til internett og netthandel inkluderte bredbåndsrelaterte problemstillinger. I 2008-surveyen (Slette-meås 2008) var det kun fokus på bredbånds- og TV-relaterte spørsmål, samt DAB-radio. I 2009-surveyen så vi på internettbruk og mestring av ulike digitale oppgaver, samt håndtering av TV-tekniske problemstillinger (Slette-meås 2009). I 2010 ble digital-spørsmål utelatt fra surveyen, mens fokuset lå på tjenestebundling i 2011 (Slette-meås og Tronrud 2011). I 2012 ble det i hovedsak sett på mobile løsninger, slik som smarttelefoner, nettbrett, app'er, mobil betaling, mobil markedsføring, etc. I årets survey har vi valgt å følge opp dette fokusområdet, men vi har konsentrert oss spesielt om mobil betaling og bruk av nettbrett.

1.2 Metode og utvalg

I årets survey er datamaterialet innsamlet gjennom TNS Gallups aksesspanel, et forhåndsrekruttert utvalg av personer over 15 år som er villig til å delta web-undersøkelser (p.t. ca. 40.000 personer). Målgruppen er den norske, voksne befolkningen 18-80 år (ca 3.731.157 personer). Deltagerne er tilfeldig rekrutterte gjennom andre telefon- (fast- og mobil) og postale undersøkelser, og utgjør et aktivt panel. Panelets størrelse tilsier at det er mulig å trekke representative utvalg fra dette til ulike undersøkelser. Paneldeltakernes bakgrunnskjenntegn er allerede kartlagt og brukes til å rette undersøkelsen direkte mot målgruppen. Utvalget er forhåndsstratifisert etter alder, kjønn, bosted og utdanningsnivå. Spørreskjemaet er sendt ut som e-post med invitasjon til deltakelse sammen med lenke til spørreskjemaets adresse på internett. Ettersom Aksesspanelet inneholder en rekke typer bakgrunnsinformasjon på respondentene, legges disse til databasen i etterkant.

Datainnsamlingen er foretatt i april-mai 2013. Responsen i en undersøkelse rettet mot et aksesspanel vil avvike fra andre undersøkelsesdesign, ettersom respondentene er forhåndsrekrutterte til å delta. Undersøkelsen ble sendt ut til 2.225 respondenter. Utvalget "oversamples" i utgangspunktet ikke ut over forventet inntekt: Selv om dette vil kunne gi raskere gjennomføring, vil personer som er lett tilgjengelige kunne bli overrepresenterte i utvalget. Undersøkelsen ble åpnet av 1.124 respondenter (51 %). Blant disse har 35 ikke returnert fullstendig besvarelse, mens 77 har åpnet e-posten uten å klikke på spørreskjemalinken. De 1.012 respondentene som har besvart undersøkelsen utgjør 90 % av de kontaktede. Ettersom undersøkelsen stenges når ønsket antall respondenter er oppnådd, har de sist ankomne respondentene ikke hatt anledning til å delta, og responsen underestimeres eventuelt i forhold til totalt

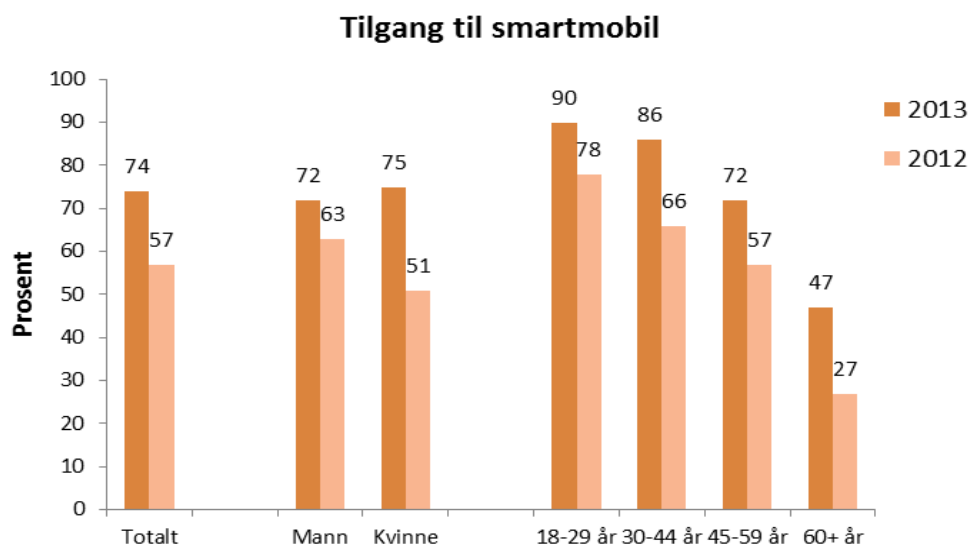
antall utsendte skjemaer. Aldersgruppen under 44 år er noe underrepresentert, til fordel for respondenter over 60 år. De kjønns- og geografiske fordelingene følger befolkningsfordelingen. Internettpopulasjonen har et noe høyere utdanningsnivå enn befolkningen for øvrig. Utvalget er derfor stratifisert etter utdanning. Utdanningsnivået, slik det rapporteres av respondentene i utvalgsundersøkelser, lar seg imidlertid ikke uten videre sammenlikne med offisiell utdanningsstatistikk.

I analysen er det primært benyttet krysstabeller og vi har fokusert på kjønn og alder. Men vi har også sett på utdanning, yrkesstatus, og personlig inntekt der det har vært naturlig. Det er mulig å foreta andre analysevalg senere. Hoveddelen av spørsmålene er stilt til dem som eier/disponerer smartmobiler og/eller nettbrett, mens enkelte spørsmål er stilt dem som har mobiltelefon mer generelt. Andel respondenter som besvarer spørsmålene refereres til ved (N) under hver figur.

2 Smarttelefon

2.1 Tilgang til smarttelefon

I SIFO-surveyen 2012 (Slette-meås og Helle-Valle 2012) tok vi kort for oss hva som menes med smarttelefon og enkelte funn fra andre studier som pekte på betydningen av smartmobilen, app'er og relaterte tjenester i folks hverdag (se også Øvrebø 2013). Både salgsstall, bruksfrekvenser og antall bruksområder viser hvor epokegjørende smarttelefonen er blitt på kort tid, og det vil være viktig å følge denne teknologien tett i tiden fremover. Ser vi på omsetningstallene for mobiltelefoner (og smarttelefoner) i Norge, viste tall fra Stiftelsen Elektronikkbransjen¹ at salget av mobiltelefoner steg fra 2,2 millioner enheter i 2012 til 2,4 millioner enheter i 2013 – en økning på 9 %. Smarttelefoner utgjør omtrent 90 % av dette salget².



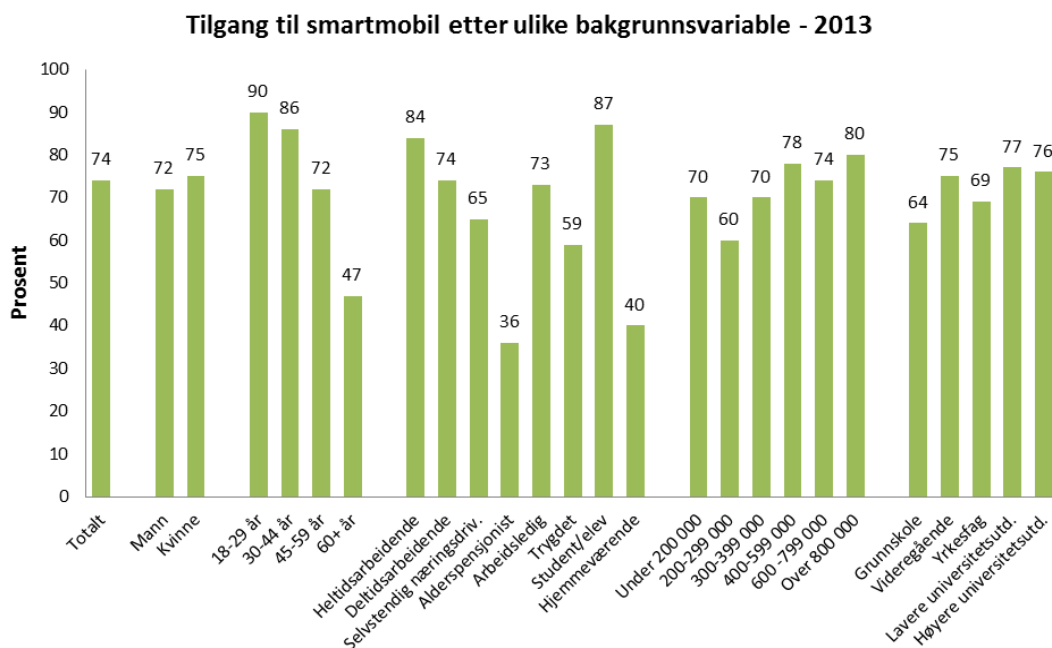
Figur 2-1: Tilgang til smarttelefon i 2013 sammenliknet med 2012. Prosent. For 2013: Andel som eier eller disponerer en mobiltelefon, og der mobilen som benyttes mest er en smarttelefon. For 2012: Andel som eier eller disponerer en smarttelefon.

I figuren over har vi sammenliknet tall for de som eier eller disponerer en smarttelefon i 2013 med tall fra 2012 (Slette-meås og Helle-Valle 2012). Søylen viser at endringen har vært betydelig bare på ett år; tilgangen har økt fra 57 % i 2012 til 74 % i 2013. Denne økningen reflekteres både i kjønns- og i aldersvariablene, og er relativt jevnt fordelt. Det interessante er at mens en større andel menn enn kvinner hadde smarttelefon i 2012, har dette har snudd i 2013. Det er nå hele 75 % av kvinnene som har slik telefon, mot 73 % blant menn. Økningen

¹ Ref: <http://www.elektronikkbransjen.no/Fagbladet/Utgaver/2014-01/STOERRE-TV-OG-FLERE-NETTBRETT>

² Ref: <http://www.mobilen.no/artikler/vi-kjoper-de-dyreste-mobilene/156584>

er på hele 24 prosentpoeng for kvinner, mens den er på 9 prosentpoeng for menn. For alder er økningen jevnt fordelt i alderskategoriene, men økningen er størst for den eldste gruppen (over 60 år), der andelen med tilgang steg fra 27 % i 2012 til 47 % i 2013.



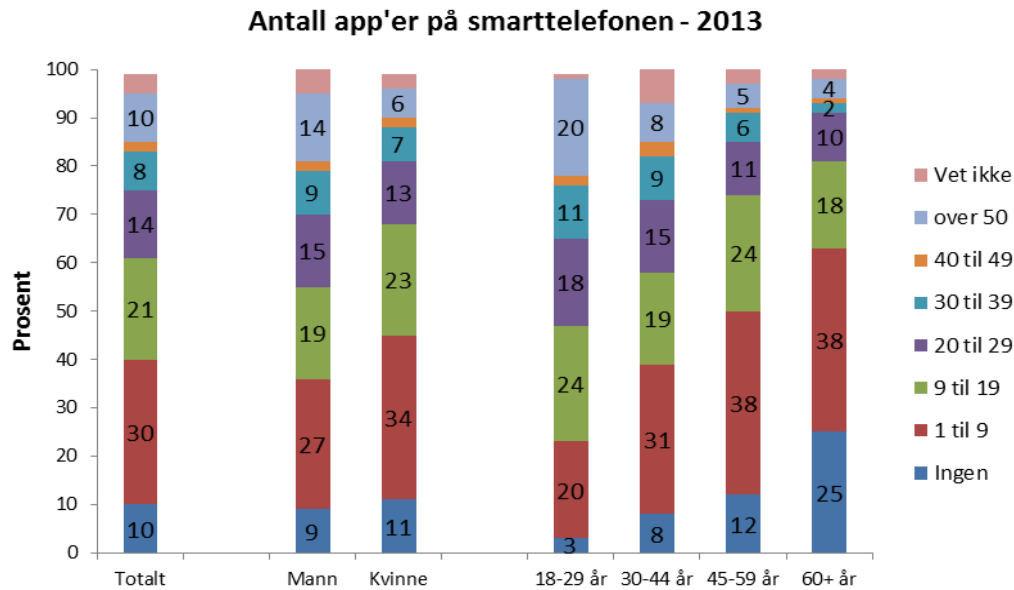
Figur 2-2: Andel som eier/disponerer smartmobil, etter kjønn, alder, yrkesstatus, personlig inntekt og utdanning. Prosent. For 2013. (N=966)

I figur 2-2 over har vi i tillegg til kjønn og alder trukket inn bakgrunnsvariablene ”hovedkilde til livsopphold” (yrkesstatus), ”personlig brutto årsinntekt” (personlig inntekt) og utdanning. Andelen med smarttelefon ser også ut til å øke noe med utdanning og personlig inntekt, men dette ser ikke ut til å gjelde de med lavest inntekt (der en stor andel antas å være studenter/elever). Vi ser at for yrkesstatus er spriket i smarttefontilgang stort. Det er hele 87 % av elevene/studentene og 84 % av heltidsarbeidende som har smarttelefon, mens det kun er 36 % av pensjonistene og 40 % av hjemmeværende som har dette. Begge disse gruppene antas å bruke mye tid hjemme, og de kan ha tilgang til alternative kommunikasjonskanaler i hjemmet, som f.eks. IP-telefon. Selv om vi ikke har laget en egen figur for dette har vi i surveyen tall for tilgang til *mobilttelefon* mer generelt³. Her er bildet for de to sistnevnte gruppene noe annerledes; ”hjemmeværende” har fortsatt lav tilgang til mobilttelefon (77 %), mens tilgangen blant eldre/pensjonister er svært høyt (97 %).

2.2 App'er

Nedlasting og bruk av app'er må ses i nær sammenheng med tilgang til og bruk av smarttelefon. Den raske utbredelsen og populariteten til smartmobilen har i stor grad blitt drevet frem av muligheten for å laste ned tredjepartsapplikasjoner fra butikker som *App Store* (Apple/iOS) og *Google Play* (Google/Android). I løpet av 2013 meldte både Apple og Google om at deres app-butikker hadde rundet 1 million tilgjengelige app'er, og at antall app-nedlastinger på verdensbasis hadde passert 50 milliarder.

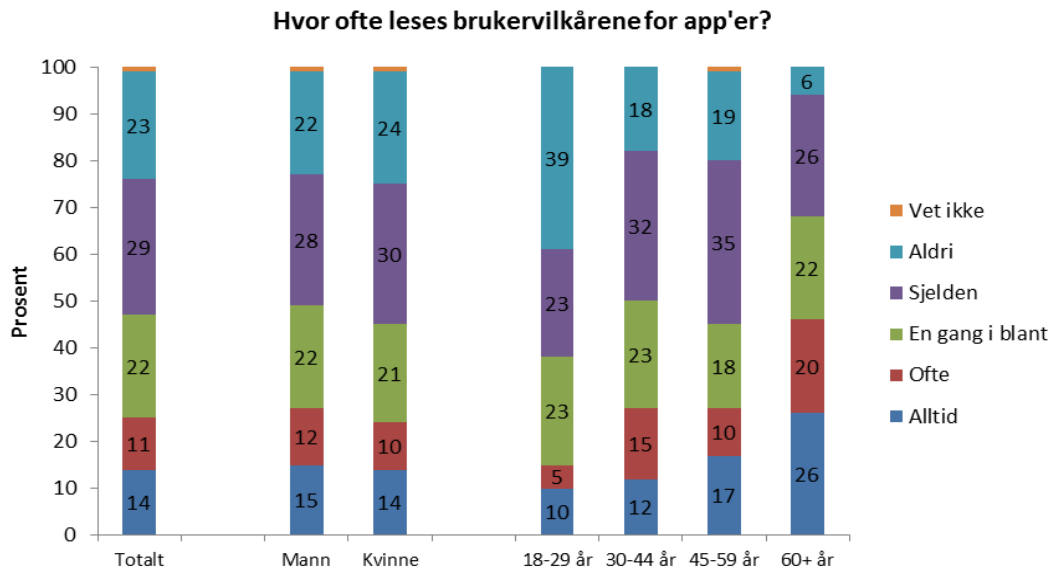
³ Tallene viser at nær sagt ”alle” har en mobilttelefon, uavhengig av bakgrunnsvariable (varierer mellom 94 % og 100 %).



Figur 2-3: Antall app'er lastet ned på nåværende smarttelefon, blant de som eier/disponerer smartmobil, totalt og etter kjønn og alder (andelene for 40-59 app'er er ikke vist i figuren fordi disse er små). Prosent. For 2013. (N=966)

I figuren over har vi sett på antall app'er som respondentene oppgir å ha på sin nåværende smarttelefon. Ser vi på totalandelene, er det 10 % som ikke har noen app'er (unntatt såkalte *native apps* som følger telefonen). Det er 51 % som har mellom 1 og 20 app'er liggende, mens andelen som har flere enn dette synker gradvis – frem til vi når de som har over 50 app'er. Det er 10 % av smarttelefonbrukere som har lastet ned mer enn 50 app'er på sin primære smarttelefon, og andelen er større blant menn (14 %) enn blant kvinner (6 %). Ser vi på alder er det hele 20 % som har mer enn 50 app'er blant de mellom 18 og 29 år. For de over 60 år har kun 4 % det samme, men det er likevel en betydelig andel (56 %) som har lastet ned mellom 1 og 20 app'er i denne aldersgruppen.

Dette viser at det finnes mange app'er på smarttelefoner rundt om i landet, spesielt blant de unge. Vi har her ikke spurt om hva slags app'er det er snakk om. Fra SIFO-surveyen 2012 vet vi at flest hadde lastet ned sosiale nettverkstjenester (68 %), etterfulgt av informasjonstjenester (67 %), spill (62 %), andre tjenester (47 %), brukstjenester (45 %), musikk (37 %), og ringetoner og annet (17 %) (Slette-meås og Helle-Valle 2012:18). Men disse tallene sier heller ingenting om hvordan app'ene benyttes. Dette vil være nyttig kunnskap i fremtidige undersøkelser, og kan si noe om hvor nødvendige app'ene har blitt i vårt daglige virke – på godt og vondt.



Figur 2-4: Andel som har lest brukervilkårene for app'er de laster ned, blant de som eier/disponerer smartmobil og som har lastet ned én eller flere app'er, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013 (N=609)

Selv om vi ikke har sett direkte på bruken av app'er har vi spurt respondentene (som har lastet ned app'er) om *hvor ofte* de leser vilkårene fra tjenestetilbyderne før app'er lastes ned til smartmobilen. Det er forbundet en del utfordringer med slik nedlasting, og mange tilbydere krever tilgang til en stor mengde brukerdata og innstillinger på telefonen. Dette er også et internasjonalt marked med tilbydere fra hele verden, og forbruker- og personvernlovgivningen i Norge vil ikke alltid være gjeldende. Datatilsynet tar blant annet for seg personvernutfordringer knyttet til app'er i en omfattende rapport fra 2011 (Årnes og Nes 2011).

Figuren over viser at 1 av 4 leser brukervilkårene ofte eller alltid før de laster ned app'er. Men det er omtrent like mange som aldri leser disse vilkårene (23 %). Ser vi på de som sjelden eller aldri setter seg inn i slikt materiale utgjør dette over halvparten av app-brukerne (52 %) – noe som er urovekkende sett i et forbruker- og personvernperspektiv. Det er marginale kjønnsforskjeller her, mens vi ser at alder spiller inn på hvor ofte man leser slike brukervilkår. Det er kun 15 % av de mellom 18 og 29 år som leser vilkårene ofte eller alltid, mens 46 % av de over 60 år gjør dette. Ser vi på motsatt ende av skalaen er det så mange som 63 % blant de yngste som sjelden eller aldri leser brukervilkår, mot 32 % for de eldste.

3 Mobil betaling

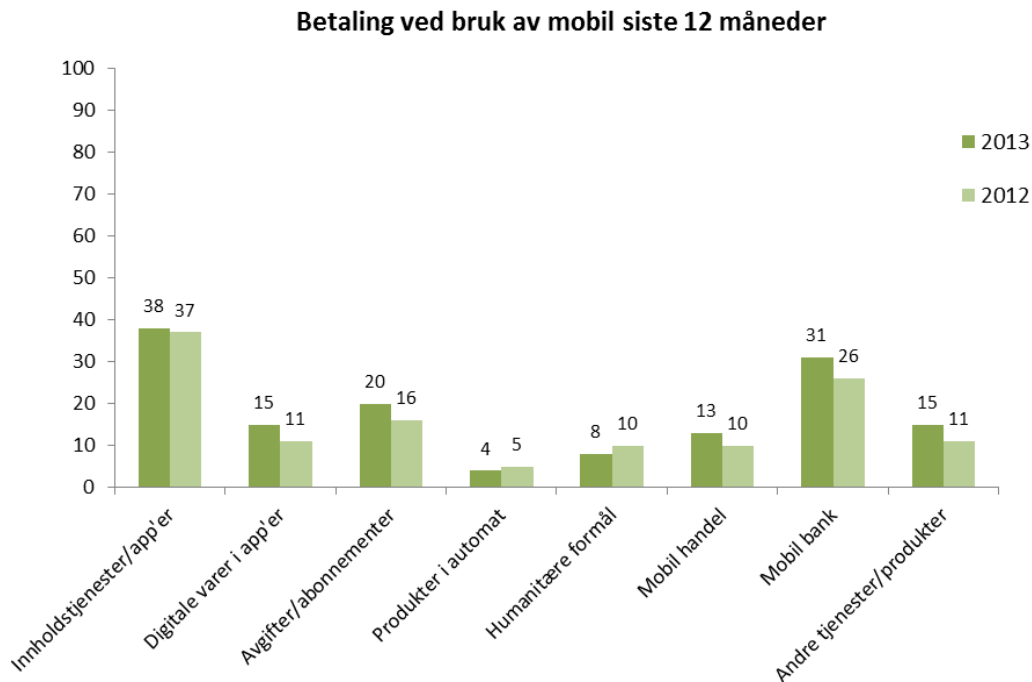
Smarttelefonen åpner ikke kun for nedlasting og bruk av mer eller mindre nyttige applikasjoner, men den tillater i økende grad ulike former for betaling og transaksjon. Dette innebærer at mobilen over tid kan supplere lommeboken, og delvis erstatte bruk av betalingskort eller kontanter. Forbrukerrådet har i sin rapport om betalingsløsninger og personvern (Forbrukerrådet 2013) listet opp en rekke betalingsformer som allerede er i bruk eller som er i en piloterings- eller tidlig implementeringsfase. Her fremheves betalingsmetoder som betaling med NFC i fysisk butikk, QR-koder, via apper, overtaksert SMS, eller som ordinært kjøp i nettbutikk via telefonens nettleser (Forbrukerrådet 2013:33). I dette kapitlet tar vi for oss hvordan mobilbrukere/smartmobilbrukere forholder seg til ulike former for mobilbasert betaling.

3.1 Kjøp og transaksjoner med mobil

I 2013-surveyen spurte vi mobilbrukere generelt om de hadde benyttet mobilen til å betale for ulike typer tjenester/produkter de siste 12 måneder (gjennom SMS-betaling, kreditt-/debetkort, mobil bank, etc.). Vi har her fokusert på *hva slags typer betalinger/kjøp som er foretatt* og i mindre grad sett på *hva slags betalingsmetode som er benyttet*.

Vi har benyttet de samme kategoriene som i 2012 for å ha sammenliknbare tall som kan si noe om eventuelle endringsmønstre. Type kjøp eller transaksjoner det ble spurt om var følgende:

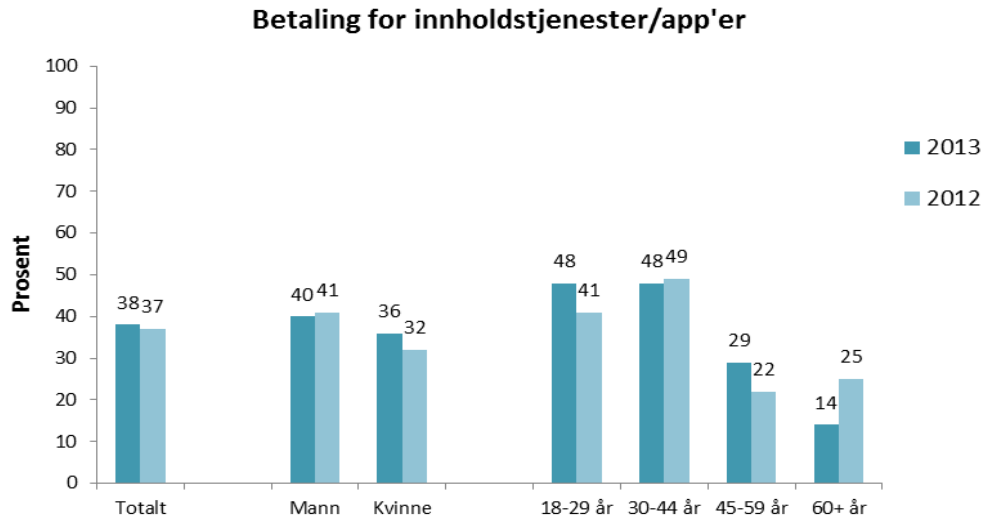
- 1) betaling for digitale innholdstjenester/app'er (spill, logoer, musikk, etc.)
- 2) betaling for digitale varer/tjenester *inne i* applikasjoner
- 3) betaling av avgifter/abonnementer (som parkering, bomvei, fiskekort, etc.),
- 4) betaling for fysiske produkter i automat (brus, is, godteri, etc.)
- 5) betaling til humanitære formål (f.eks. gjennom tv-kampanjer)
- 6) betaling med kreditt-/debetkort ved mobil handel (netthandel på mobil)
- 7) betaling ved faktura, pengeoverføring, etc. med mobil bank (banktjenester)
- 8) betaling for andre typer tjenester eller produkter.



Figur 3-1: Andel som eier/disponerer smarttelefon som har betalt for ulike tjenester med mobil siste 12 måneder. Prosent. For 2013. (N=707)

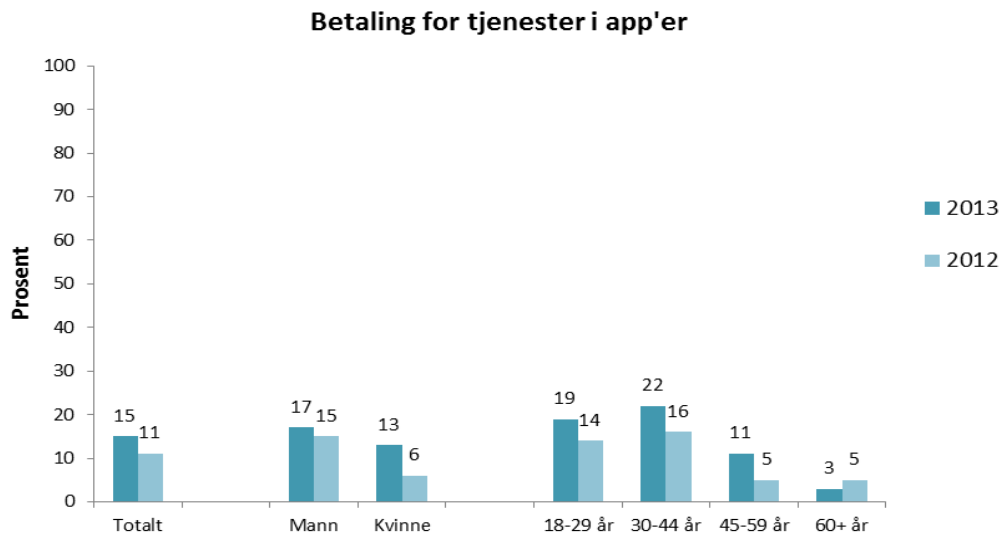
Vi har tall for alle mobilbrukere knyttet til betalings spørsmålene under, men i analysen har vi valgt å se kun på de som eier/disponerer smartmobil for å kunne sammenlikne med undersøkelsen fra 2012 (der kun smartmobilbrukere ble spurt). Figuren over viser at det fremdeles er *betaling for ulike app'er/innholdstjenester* som dominerer (38 %), men endringen er marginal sammenliknet med 2012. *Bruk av mobil bank* er også relativt utbredt og har økt til 31 % i 2013 (fra 26 % i 2012). Vi ser også en viss økning i andelen som *betaler for avgifter/abonnementer* med mobilen (som f.eks parkering, gjerne ved SMS-betaling) – fra 16 % i 2012 til 20 % i 2013. Det er dessuten en viss økning i andelen som har benyttet seg av *betalinger i app'er (in-app purchases)* – fra 11 % i 2012 til 15 % i 2013. Dette er kjøp som foregår når man først er inne i app'en. Selv om app'ene er gratis er det mange muligheter for kjøp; dette kan være premium-innhold, virtuelle varer/tjenester, abonnementer, eller andre former for tjenester som app'ene tilbyr. *Mobil handel* har også blitt noe mer populært, og vi ser en økning fra 10 % til 13 % på ett år. *Betaling til humanitære formål* har derimot sunket noe, fra 10 % i 2012 til 8 % i 2013, mens *kjøp av produkter i automat* har holdt seg stabilt lavt rundt 4-5 %.

Nedenfor vises en rekke figurer som tar for seg hver enkelt betalingskategori. Her tar vi for oss total bruk og ser på eventuelle kjønns- og aldersforskjeller i betalingsbruken.



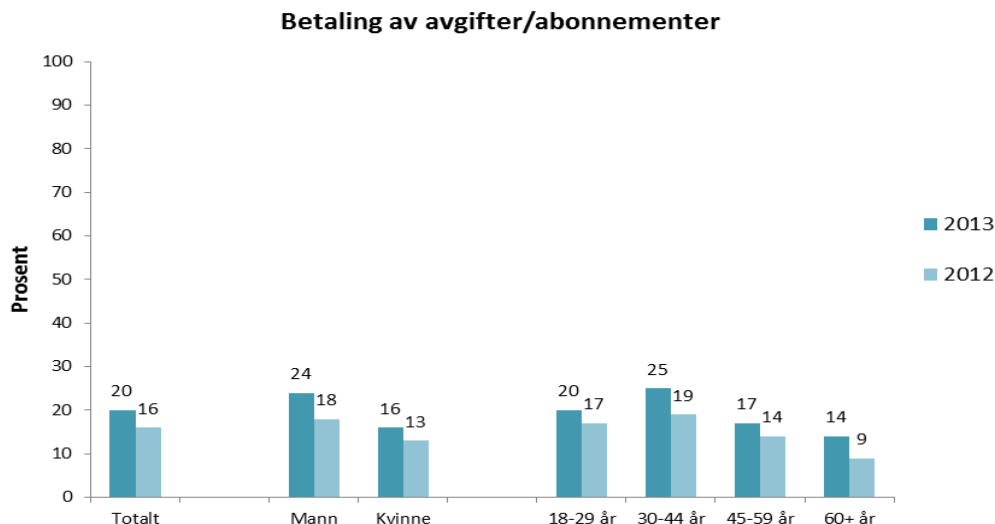
Figur 3-2: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet mobilen til kjøp av innholdstjenester/app'er de siste 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

I figur 3-2 som tar for seg betaling for innholdstjenester/app'er er det relativt små kjønnsforskjeller og marginale endringer over tid. For alder ser vi at andelen av de yngste som har betalt for slike tjenester med mobilen har økt fra 41 % i 2012 til 48 % i 2013, mens tendensen er motsatt for de over 60 år. Her har andelen sunket fra 25 % i 2012 til 14 % i 2013.



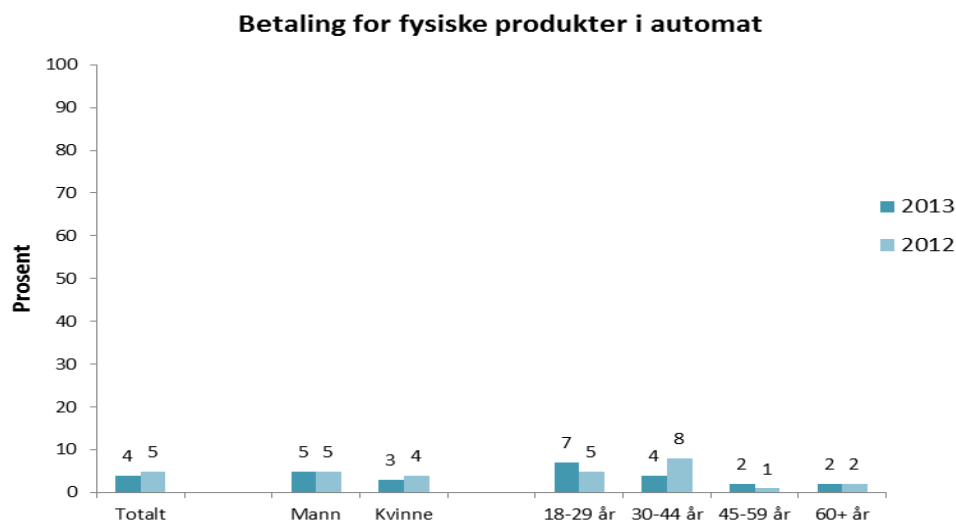
Figur 3-3: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet mobilen til kjøp av tjenester i app'er de siste 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

Denne figuren viser at betaling for tjenester i app'er er preget av noe større kjønnsforskjeller, men at dette skillet er i ferd med å utjevne seg i og med at andelen kvinner som betaler for tjenester i app'er har økt betraktelig. I 2012 var andelen 6 % mens den i 2013 er på 13 % (mot 17 % for menn). Ser vi på alder har andelen stort sett økt for alle aldersgruppene, bortsett fra for de over 60 år, mens endringene mellom aldersgruppene er relativt stabile. Det er likevel de yngste aldersgruppene som her er dominerende.



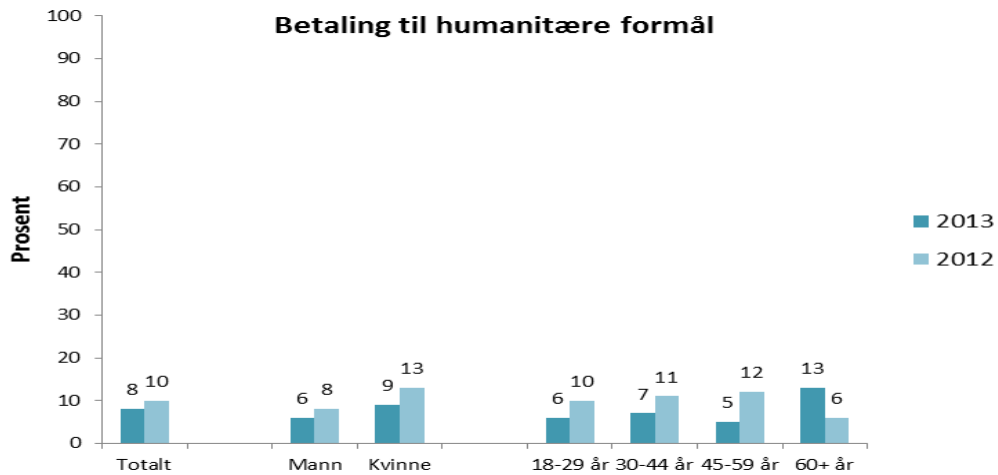
Figur 3-4: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet seg av mobilen til betaling av avgifter/abonnementer de siste 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

I figuren over ser vi på betaling av avgifter eller abonnementer med mobiltelefonen, og her er nok parkering den dominerende avgiften/tjenesten det betales for. Det er fremdeles en viss kjønnsforskjell i 2013 som i 2012 (menn 24 % og kvinner 16 %). Både for kjønn og alder er forholdet mellom kategoriene stabile fra 2012 til 2013, mens vi ser en jevn økning innen hver kategori. Det er i størst grad menn (24 %) og de mellom 30 og 44 år (25 %) som utførte betaling av avgifter/abonnementer de siste 12 måneder.



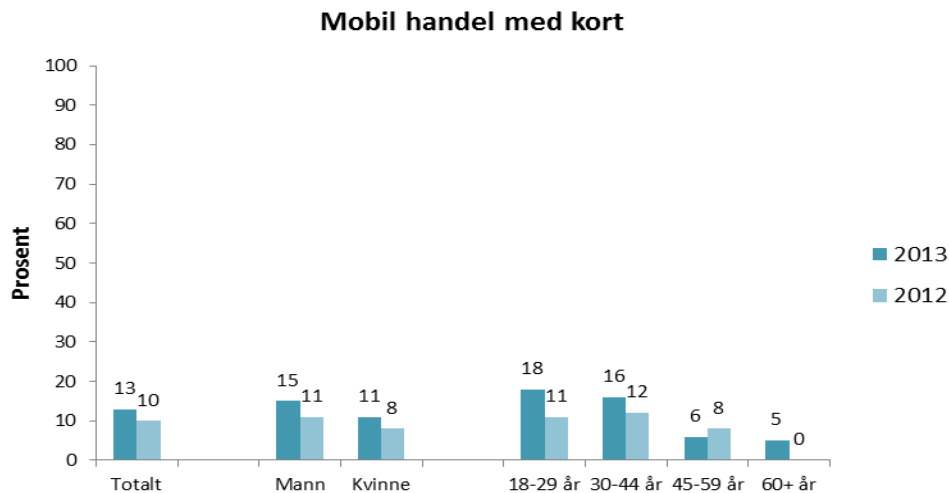
Figur 3-5: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet seg av mobilen til betaling for fysiske produkter i automater de siste 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

Det å benytte mobilen til å betale for produkter i selvbetjente automater er fremdeles ikke spesielt utbredt, slik vi ser av figuren over, men stadig flere automater tilbyr dette som et alternativ (f.eks. SMS-betaling, men nå også i økende grad NFC-betaling). Bruken har vært stabil mellom 2012 og 2013, og ligger på rundt 4 %. Ser vi på kjønn er både forholdet mellom menn og kvinner, og over tid, stabilt. Det er en økning i andelen unge som benytter dette, fra 5 % til 7 % i 2013, mens vi ser en nedgang for de mellom 30 og 44 år fra 8 % til 4 %.



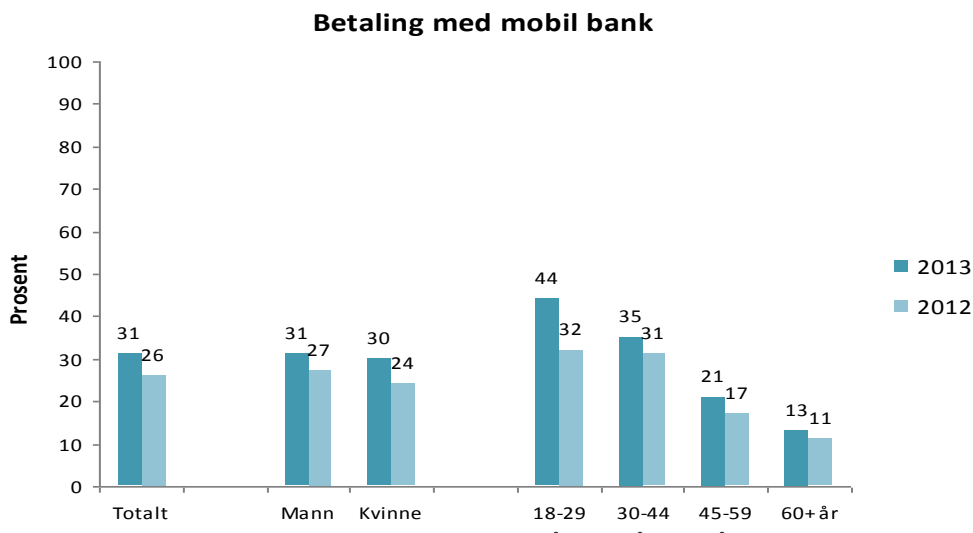
Figur 3-6: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet mobilen til betaling til humanitære formål de siste 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

Betaling til humanitære forhold kan være overtakserte SMS i forbindelse med TV-aksjoner og annet. Denne type betaling har jevnt over vært *synkende* fra 2012 til 2013. Det er fremdeles størst andel av kvinner (9 %) og av de over 60 år (13 %) som har brukt telefonen til å betale til humanitære formål. Vi ser at gruppen over 60 år er den eneste som har økt bruken av betaling til humanitære forhold med mobil. Her har det vært en dobling fra 6 % i 2012 til 13 % i 2013.



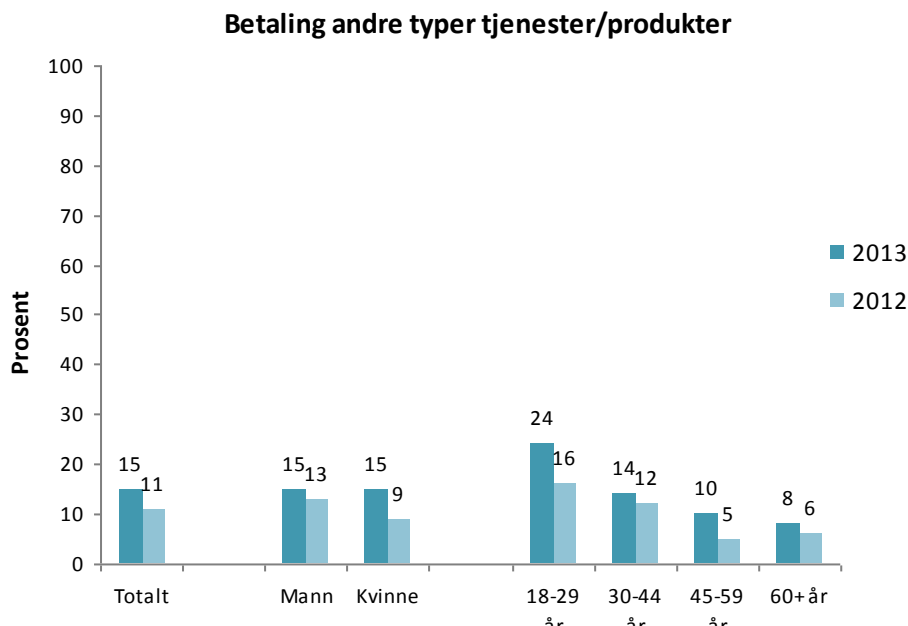
Figur 3-7: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet mobilen til handel med kreditt- eller debetkort de siste 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

I figuren over ser vi på de som har brukt mobilen til mobil handel, altså der de f.eks. har benyttet mobilens nettleser til å handle varer eller tjenester ved bruk av kreditt- eller debetkort. Totalt sett har det vært en liten økning fra 10 % i 2012 til 13 % i 2013 for mobil handel. Her ser vi at menn (15 %) og unge mellom 18 og 39 år (18 %) dominerer. Det har også vært en liten økning når vi ser på både kjønns- og aldersvariabelen fra 2012 til 2013 (bortsett fra for de mellom 45 og 49 år). Vi ser videre at de eldste har kommet på banen – fra å ikke mobilhandle i det hele tatt i 2012 til at 5 % har gjort dette i 2013 (siste 12 måneder).



Figur 3-8: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet mobilen til betaling med mobil bank de 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

Bruken av banktjenester på mobil øker og de fleste banker tilbyr i dag sine tjenester i app-format (og gjennom vanlige nettsider tilgjengelige via mobilens nettleser). Her har vi spurt om betalinger ved faktura, pengeoverføring, eller annet gjennom mobilbank-løsninger. Det er en viss økning i andel som bruker dette, fra 26 % i 2012 til 31 % i 2013. Andelen brukere blant menn og kvinner er jevnt fordelt. Et slik utjevning mellom menn og kvinner finner vi også for egenvurdert mestring av nettbanktjenester, der 95 % av både menn og kvinner føler de mestrer dette (Slette-meås og Tronrud 2011). Det er de yngste som har flest brukere av mobil bank (44 %), og bruken har økt kraftig fra 32 % i 2012 til 44 % i 2013. Bruken av mobil bank synker med alder, og blant de eldste har 13 % brukt dette de siste 12 måneder i 2013, og økningen har vært marginal fra 2012.

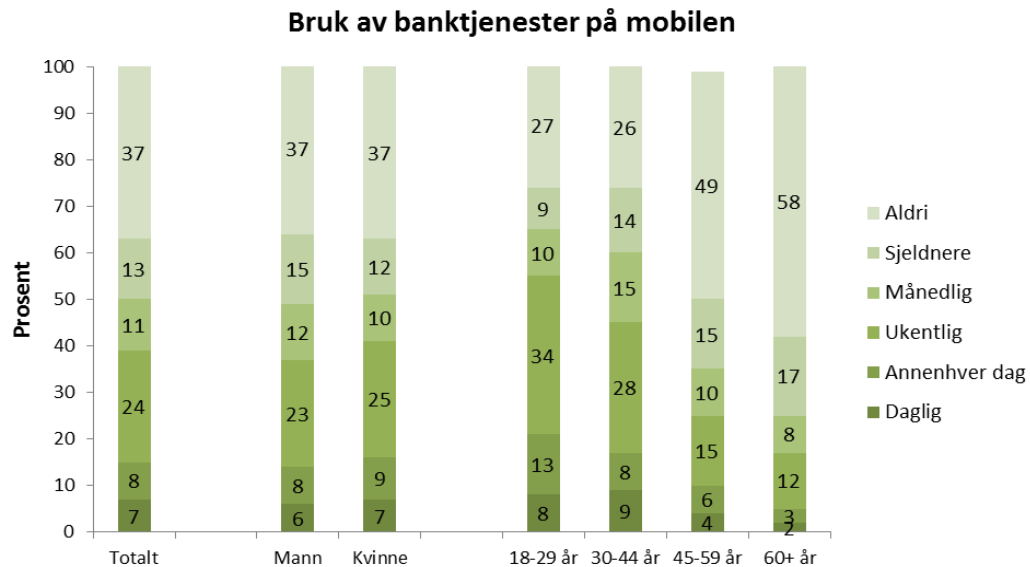


Figur 3-9: Andel som eier/disponerer smartmobil som har benyttet mobilen til betaling for andre type produkter/tjenester de 12 måneder, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

For andre typer tjenester har det også vært en liten økning totalt sett, og aller mest for de yngste mellom 18 og 29 år. Vi ser ingen kjønnsforskjeller her, mens slik betaling synker med økende alder.

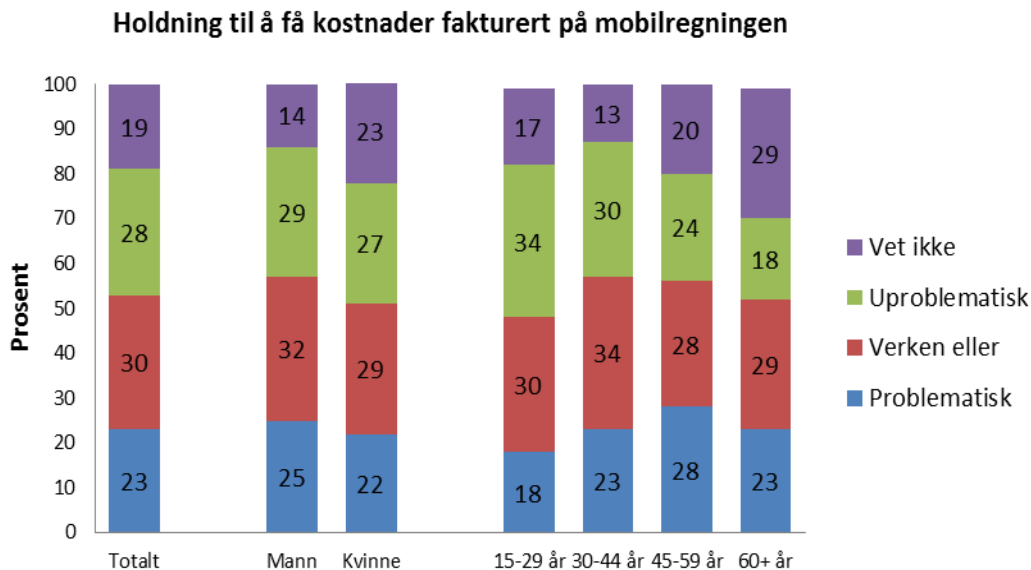
3.2 Mobil bank og holdninger til mobil betaling

I tillegg til å se på forbrukernes faktiske erfaringer med ulike former for mobil betaling har vi spurt om brukshyppigheten av mobil bank, holdninger til å få kostnader fakturert på mobilregningen, og hvordan man opplever mobilen som (mulig fremtidig) betalingskanal.



Figur 3-10: Andel som eier/disponerer smartmobil som har svart på hvor ofte de bruker banktjenester på mobilen, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

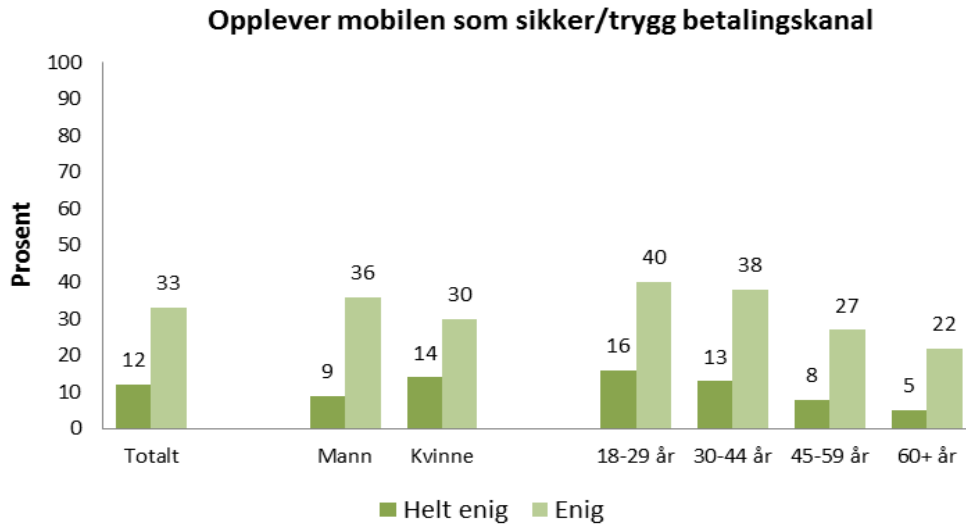
I figur 3-10 ser vi på bruk av banktjenester på mobilen (f.eks. overføre penger, sjekke saldo, betale regninger, osv). I 2013-surveyen er det ikke skilt på om man benytter app eller nettle-ser til disse tjenestene. I analysen har vi kun spurt de som eier/disponerer en smartmobil. Det er 7 % som bruker banktjenester på mobil daglig. Ser vi på daglig, annenhver dag og ukentlig bruk sammen er det hele 39 % som benytter slike tjenester i løpet av en uke – mens 37 % av smartmobilbrukere aldri benytter banktjenester på mobil. Det er ingen forskjeller på kjønn, mens de yngre er klart hyppigere brukere enn de eldre. Hele 55 % av de mellom 18 og 39 år bruker banktjenester på mobil ukentlig eller oftere, mot 17 % for de over 60 år. For de over 60 år er det dessuten 58 % som aldri benytter banktjenester på mobil.



Figur 3-11: Andel som eier/disponerer smartmobil som har svart på hvor problematisk/uproblematisk de synes det er å få kostnader fakturert på mobilregningen, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

I figuren over har vi igjen kun sett på smarttelefonbrukere, og respondentene har svart på hvor problematisk/uproblematisk de synes det er å få andre kostnader enn telefontjenester fakturert på mobilregningen (svært problematisk, ganske problematisk, verken eller, ganske uproblematisk, helt uproblematisk, eller vet ikke). Vi har slått sammen svært/ganske problematisk til ”problematisk” og svært/ganske uproblematisk til ”uproblematisk”.

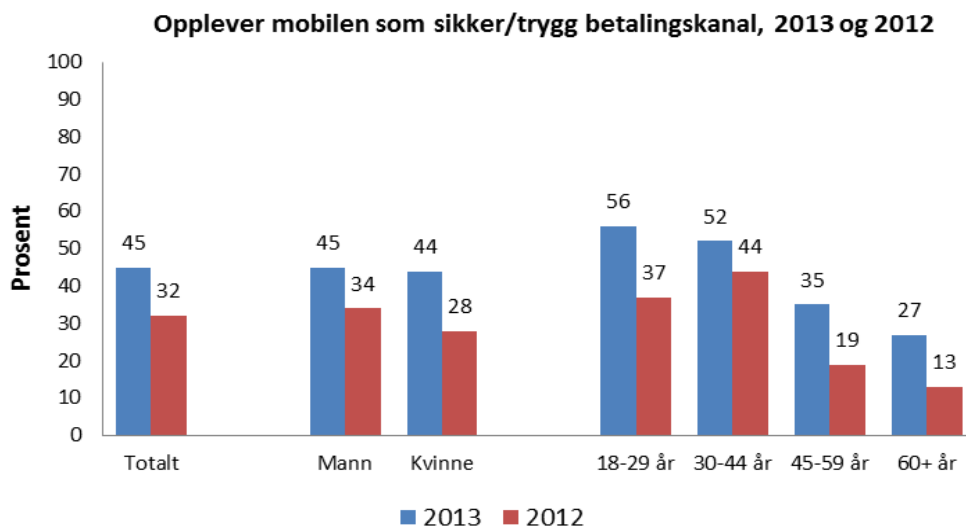
Vi ser at 23 % av alle smartmobilbrukere mener at det å få kostnader fakturert på mobilregningen er problematisk, mens 30 % er relativt likegyldige til dette. Det er samtidig 28 % som mener dette er uproblematisk, og relativt mange er usikre på hva de skal mene (19 %). Andelen usikre er større blant kvinner (23 %) enn blant menn (14 %). Blant de yngste er det flere som synes dette er uproblematisk (34 %) enn problematisk (18 %), mens for de to eldste gruppene er det en liten overvekt som mener dette er mer problematisk enn uproblematisk. I den eldste aldersgruppen er det for øvrig 29 % som ikke vet hva de skal svare.



Figur 3-12: Andel som eier/disponerer smartmobil som opplever mobilen som en sikker/trygg betalingskanal, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

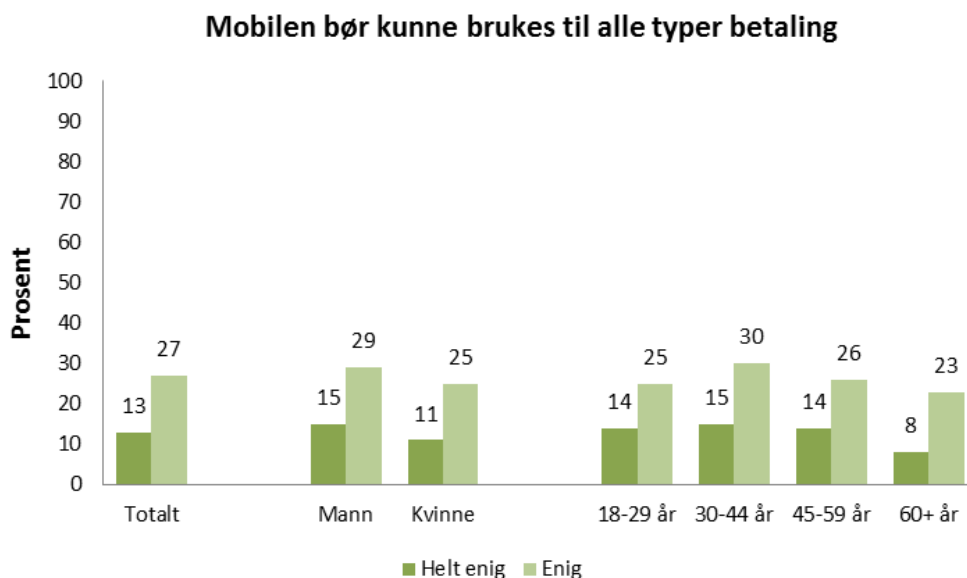
Det ble videre spurt om forbrukerne vurderte mobilen som en sikker/trygg betalingskanal. Respondentene har ikke vurdert spesifikke typer betaling over mobil, men bare gitt en generell vurdering. Figuren viser igjen kun tallene for smarttelefonbrukere, og det er de som har svart "delvis enig" eller "helt enig" på påstanden som er inkludert (de andre alternativene var "verken eller", "delvis uenig", "helt uenig" og "vet ikke").

Figur 3-12 viser at det var 45 % totalt sett som sa seg enige i påstanden om at mobilen oppleves som trygg/sikker nok til betaling, og blant disse var 12 % helt enige (i tillegg sier 22 % seg verken enig eller uenig, 12 % er delvis uenige, 6 % er helt uenige, mens 15 % ikke vet). Det er ingen betydelige kjønnsforskjeller her totalt sett, men en noe større andel kvinner er helt enige i påstanden (14 %) enn menn (9 %). Ser vi på aldersvariabelen er eldre noe mer skeptiske enn yngre. Blant de yngste er det hele 56 % som er enige i at mobilen er trygg nok til betaling (og 16 % er helt enige), mens blant de eldste er det 27 % totalt sett som mener mobilen er trygg nok (mens kun 5 % er helt enige).



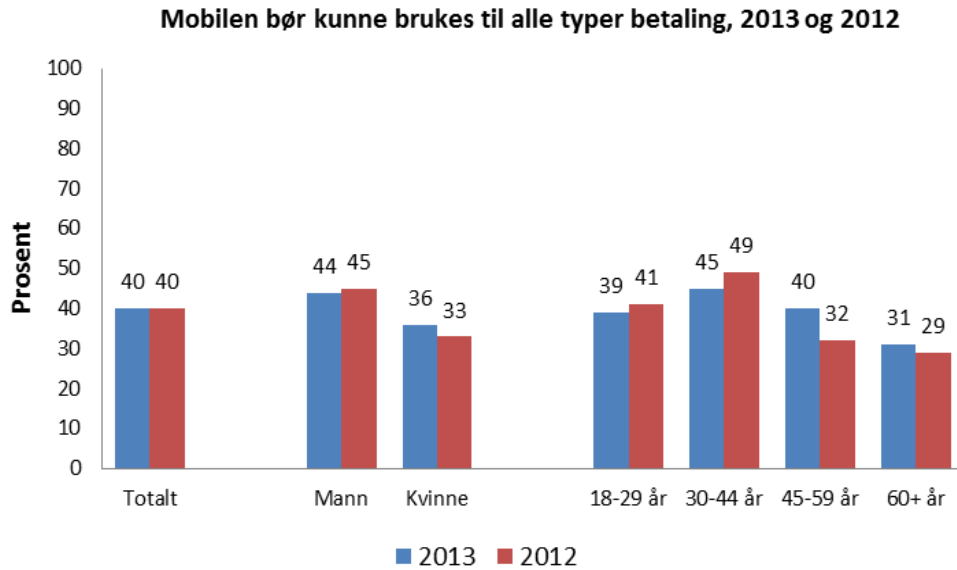
Figur 3-13: Andel som eier/disponerer smartmobil som opplever mobilen som en sikker/trygg betalingskanal, totalt og etter kjønn og alder (de som har svart delvis enig/helt enig). For 2012 og 2013. Prosent.

Vi foretok også en sammenlikning mellom 2013 og 2012, ettersom de samme spørsmålene ble stilt i 2012-surveyen (Slette-meås og Helle-Valle 2012). Vi ser en markant økning i andelen både totalt sett og innenfor kjønns- og alderkategoriene som mener mobilen er trygg nok til betaling. Mens vi så at 45 % var enige totalt sett i påstanden i 2013, var det kun 32 % som mente dette i 2012. Dette sier selvsagt ikke noe om hvor trygg mobilen *faktisk* er, men kan si noe om at forbrukerne har blitt mer bekvemme med telefonene sine, og dermed også har mer tillit til (eller mer erfaring med) den som betalingskanal. Andelen som mener telefonen er trygg har økt både for menn og kvinner, og det er ingen betydelig kjønnsforskjeller på dette området. Blant de yngste har økningen vært stor – fra 37 % i 2012 til hele 56 % i 2013. Det har også vært en dobling i andelen av de over 60 år som mener mobilen er trygg – fra 13 % i 2012 til 27 % i 2013, men denne gruppen er fremdeles den ”mest skeptiske”.



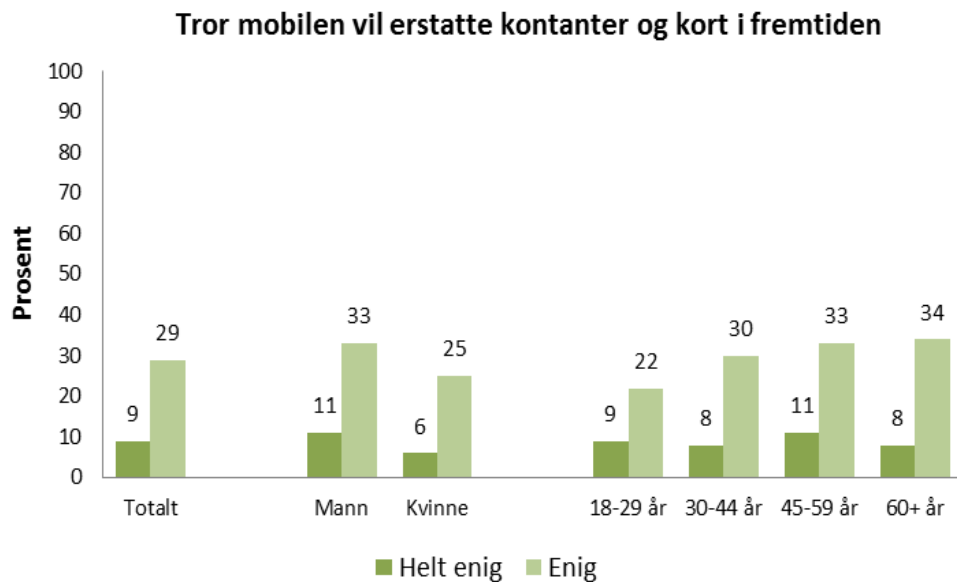
Figur 3-14: Andel som eier/disponerer smartmobil som mener mobilen bør kunne brukes til betaling for alle typer tjenester, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

Det ble også spurt om forbrukerne mente mobilen burde kunne brukes til betaling for alle typer tjenester. Her var det 40 % som sa seg enige i denne påstanden, og 13 % av disse var helt enige (i tillegg sier 25 % seg verken enig eller uenig, 16 % er delvis uenige, 8 % er helt uenige, mens 11 % ikke vet). Det er en marginal kjønnsforskjell her, der 44 % blant menn var enige i dette mot 36 % blant kvinner. Til forskjell fra forrige påstand om hvor trygg mobilen oppleves som betalingskanal, er det her ingen betydelige aldersforskjeller. Det er omtrent like store andeler som mener mobilen bør kunne brukes til alle typer betaling, om enn noe lavere blant de aller eldste.



Figur 3-15: Andel som eier/disponerer smartmobil som mener mobilen bør kunne brukes til betaling for alle typer tjenester, totalt og etter kjønn og alder (de som har svart delvis enig/helt enig). Prosent. For 2012 og 2013.

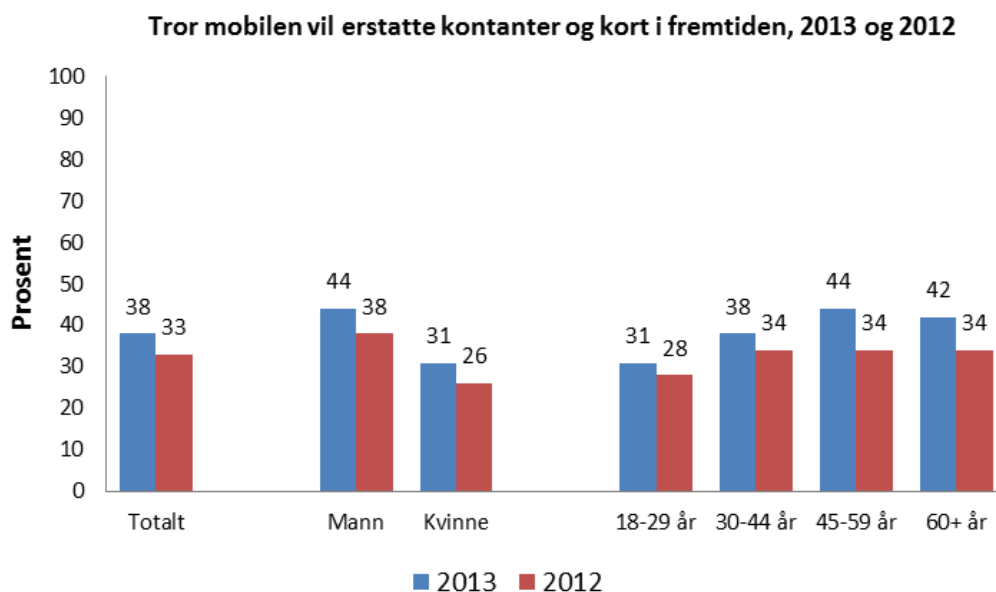
Vi foretok også her en sammenlikning mellom 2013 og 2012. Her er det ingen endring i holdningene til om mobilen bør kunne brukes til alle typer betaling totalt sett, og marginale endringer på kjønns- og aldersvariablene.



Figur 3-16: Andel som eier/disponerer smartmobil som tror mobilen vil erstatte kontant- og kortbetaling i tiden fremover, totalt og etter kjønn og alder. Prosent. For 2013. (N=707)

Til slutt har vi sett på hvorvidt forbrukere tror mobilen vil erstatte kontant- eller kortbetaling i tiden fremover. Her er det ikke klarlagt et tidsperspektiv som respondentene kan forholde seg til, så disse kan ha anlagt svært forskjellige tidshorisonter i sine vurderinger. Tallene gir likevel en pekepinn om forbrukerne tror mobilen som betalingsmiddel vil vinne frem (uavhengig av om holdningen til dette er negativ eller positiv). Det kan også være at enkelte tolker spørsmålet i retning av å *supplere* og ikke kun *erstatte*.

Uansett, vi ser av figur 3-16 at 38 % totalt sett tror mobilen vil erstatte dagens betalingsløsninger, men kun 9 % er helt enige i denne påstanden (i tillegg sier 19 % seg verken enig eller uenig, 13 % er delvis uenige, 16 % er helt uenige, mens 14 % ikke vet). Det er en noe større andel menn (44 %) enn kvinner (31 %) som tror dette – og andelen helt enige er dobbelt så stor blant menn som blant kvinner. Ser vi på alder er faktisk de yngste (18-29 år) den gruppen som *i minst grad* tror mobilbetaling vil ta helt over (31 %). Dette er noe overraskende ettersom denne gruppen oftest både bruker, og har mest tro på/er minst kritisk til, ny teknologi. Det er derimot de to eldste gruppene som har mest tro på dette; 44 % blant 45-59-åringene, og 42 % blant de over 60 år. Dette kan være resultat av en form for teknologifatalisme der man tror en viss type teknologitvilling er uunngåelig, uavhengig av om dette er et resultat av noe man selv ønsker seg eller ikke.



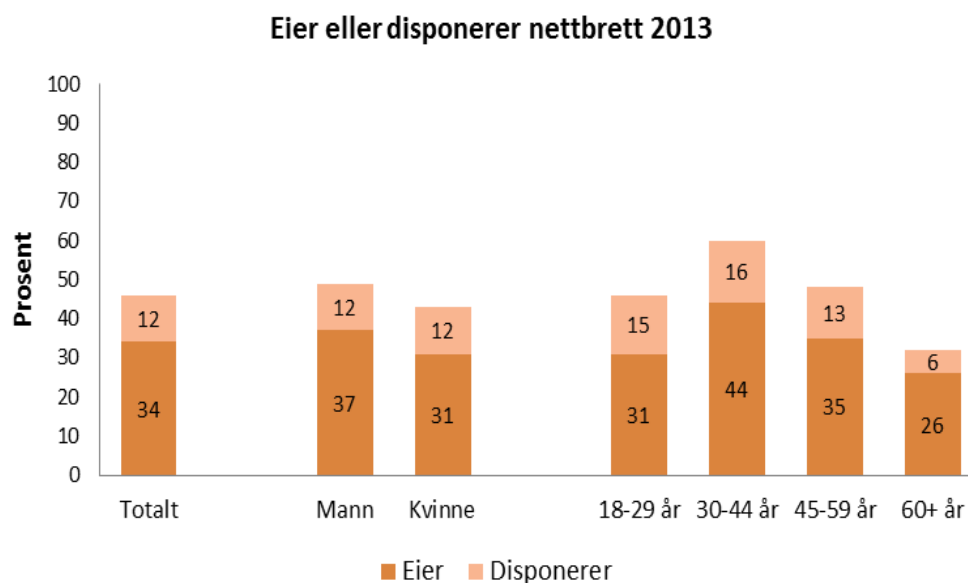
Figur 3-17: Andel som eier/disponerer smartmobil som tror mobilen vil erstatte kontant- og kortbetaling i tiden fremover, totalt og etter kjønn og alder (de som har svart delvis enig/helt enig). Prosent. For 2012 og 2013.

Ser vi på 2013 og 2012 sammen er det en viss økning i andelen som tror mobilen vil erstatte kontanter og betalingskort – fra 33 % til 38 % totalt sett. Økningen er relativt lik for menn og kvinner, og er noe mer fremtredende blant eldre enn blant yngre.

4 Nettbrett

4.1 Tilgang og eierskap til nettbrett

Nettbrett har fremvist en formidabel salgsvekst siden de første iPad'ene ble lansert på det norske markedet i november 2010. I følge Stiftelsen Elektronikkbransjen ble det i 2013 solgt rundt 950 000 nettbrett i forbrukermarkedet, en økning på 90 % fra 2012. Norske forbrukere besitter en rekke forskjellige nettbrettyper, men Apple's iPad er fremdeles dominerende. Den veksten i nettbrettsalg vi ser i Norge står i skarp kontrast til Blackberry-sjef Thorsten Heins' uttalelser om at nettbrett vil være "en døende teknologi" innen 2018⁴ (mye takket være utviklingen av enda bedre smarttelefoner).

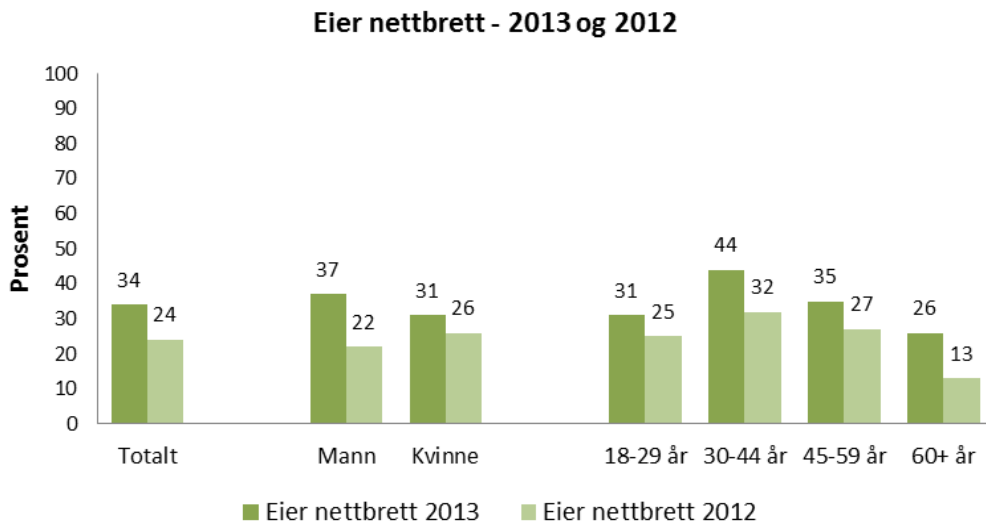


Figur 4-1: Andel av befolkningen som eier eller disponerer et nettbrett i 2013, totalt og for kjønn og alder. Prosent. (N=1012)

Av figuren over ser vi at det var 46 % av befolkningen som eide eller disponerte et nettbrett i 2013. Av disse var det 34 % som oppga at de både eide og disponerte nettbrettet, mens 12 % oppga at de ikke eide brettet, men likevel disponerte det. Det er en noe større andel menn (37 %) enn kvinner (31 %) som eier nettbrett. Ser vi på alder er de mellom 30 og 44 år som har størst andel nettbrettbrukere (60 %), og av disse er 44 % eiere av nettbrett. De yngre er langt fra så dominerende her som i smarttelefonsegmentet. For smarttelefon var det 90 % av de yngste som eide/disponerte en smarttelefon i 2013, mot 47 % i den eldste gruppen. Her ser vi

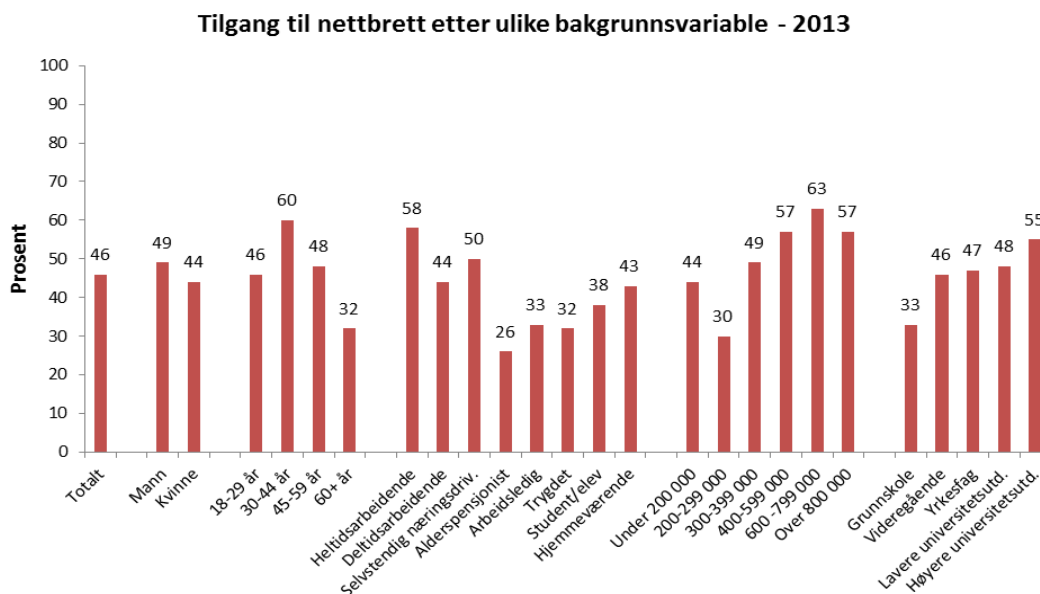
⁴ Ref: <http://www.telegraph.co.uk/technology/blackberry/10027393/BlackBerry-tablets-dead-in-five-years.html>

at andelene er mye jevnere – og blant de som eier et nettbrett er andelen blant de yngste 31 % mot de 26 % blant de eldste.



Figur 4-2: Tilgang til nettbrett i 2013 sammenliknet med 2012. Prosent. Her sammenliknes kun eiere av nettbrett, ettersom det kun ble spurt om dette i 2012.

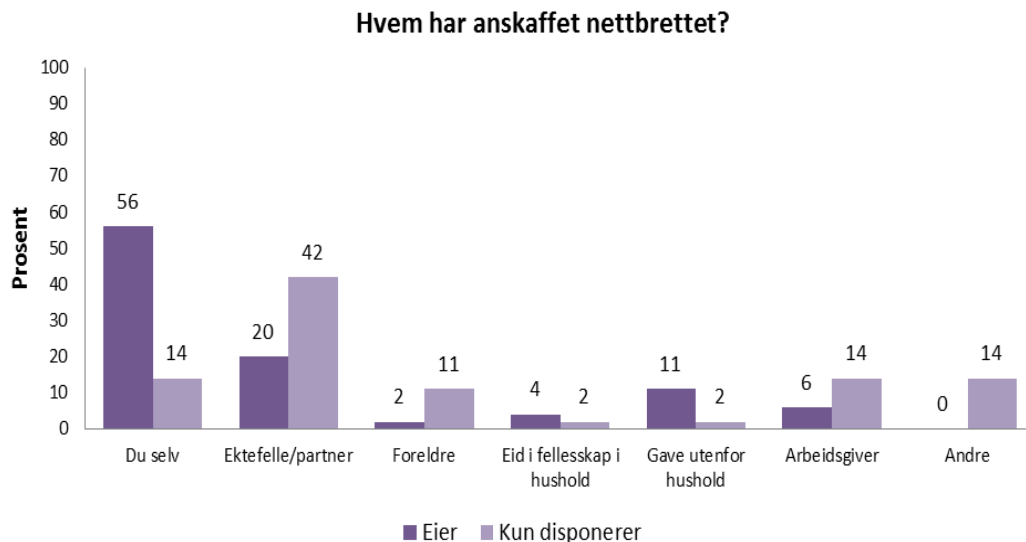
Sammenlikner vi eierskap til nettbrett i 2013 mot 2012 (her ser vi kun på de som eier) ser vi at veksten er markant. Totalt sett har nettbretteierskap økt fra 24 % til 34 %. Det mest overraskende er at mens kvinner hadde en (marginalt) større andel nettbretteiere i 2012, har nå menn gått forbi. For menn økte andelen eiere fra 22 % til hele 37 % på ett år, mens veksten var mer beskjeden for kvinner – fra 26 % til 31 %. Ser vi på alder er veksten størst blant de i alderen 30-44 år (en økning fra 32 % til 44 %), og blant de eldste over 60 år (fra 13 % til 26 %). Det ser ut til at nettbrett er en medieplattform som er godt egnet for eldre, spesielt pga skjermstørrelsen (sammenliknet med smartmobilen) og et intuitivt, touch-basert grensesnitt. Samtidig får man tilgang til internett og app'er med et par trykk.



Figur 4-3: Andel som eier/disponerer nettbrett, etter kjønn, alder, yrkesstatus, personlig inntekt og utdanning. Prosent. For 2013. (N=1012)

Vi har tatt inn flere bakgrunnsvariable i analysen, slik vi gjorde for smarttelefoner, for å se på eventuelle forskjeller i tilgangen til nettbrett med utgangspunkt i ”hovedkilde til livsopphold” (yrkesstatus), personlig brutto årsinntekt (personlig inntekt) og utdanning. Det viser seg at heltidsarbeidende (58 %) og selvstendig næringsdrivende (50 %) i størst grad har tilgang til nettbrett. Vi ser at deltidsarbeidende (44 %) og hjemmeværende (43 %) har relativt god tilgang, selv om den ligger godt under de to andre gruppene. Det interessante er at mens hjemmeværende er relativt dominerende her, var bildet helt motsatt for smarttelefon tilgang. Der lå hjemmeværende på bunn i tilgang sammen med alderspensjonister. Dette kan bety at disse to medieplattformene fungerer som erstatninger for hverandre i visse grupper.

For alderspensjonister er derimot bildet likt det vi så for smarttelefoner; denne gruppen figurerer nederst på skalaen også når det gjelder tilgang til nettbrett (26 %). Vi ser at for personlig inntekt stiger tilgangen med økt inntekt, bortsett fra for den laveste inntektskategorien. Dette skyldes nok (som med smarttelefoner) at denne gruppen i stor grad består av ungdom som har tilgang gjennom husstanden de bor i eller som har fått nettbrett i gave. For utdanning er bildet det samme; tilgangen stiger med økt utdanning. For de med grunnskole er tilgangen på 33 % mot 55 % for de med høyere universitetsutdannelse.



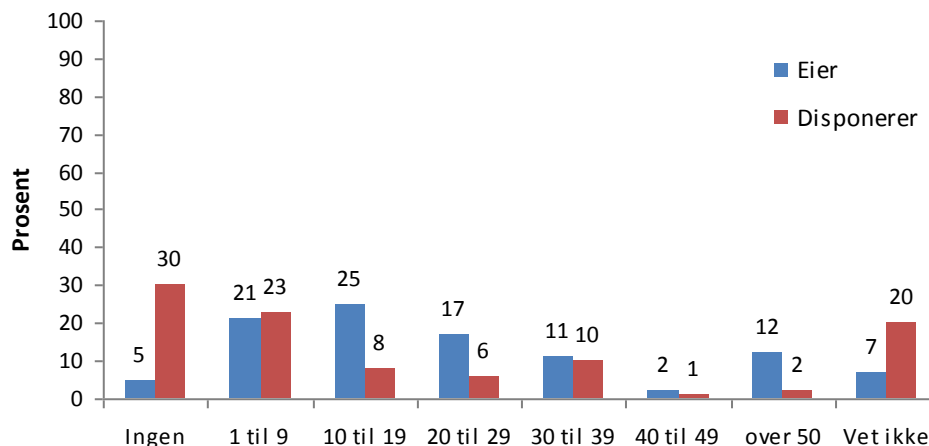
Figur 4-4: Andel nettbrettbrukere (de som eier og de som kun disponerer) som svarer på hvem som har anskaffet nettbrettet de bruker. Prosent. For 2013. (N=471)

Hvis vi ser nærmere på hvordan nettbrett blir anskaffet, ser vi at for de som eier nettbrett så er det 56 % som har betalt dette av egen lomme, mens 20 % har fått det av sin ektefelle eller partner. Det er 11 % som har fått det som gave fra andre utenfor husholdet, og 6 % har fått det av sin arbeidsgiver. Det er kun 2 % som har fått det av sine foreldre, mens 4 % eier det i fellesskap med andre i husholdet. Vi ser dermed at av de som selv eier et nettbrett har hele 39 % fått det av andre.

Av de som ikke eier nettbrett selv, men som kun disponerer det, er det flest som hevder at ektefelle/partner har kjøpt dette (42 %), mens 14 % har kjøpt brettet men ser likevel ikke på seg selv som eier (har antakelig gitt det i gave til en i husstanden). Det er en like stor andel (14 %) som hevder at arbeidsgiver har kjøpt nettbrettet, noe som indikerer at flere får disponere (men ikke eie) nettbrett som er kjøpt av arbeidsgiver i en tidsavgrenset periode. Det er videre 11 % som oppgir at foreldre har kjøpt nettbrettet, noe som betyr at av mange av nettbrettbrukerne er unge hjemmeværende som kun disponerer husstandens nettbrett.

4.2 App-nedlastinger og bruk av nettbrett

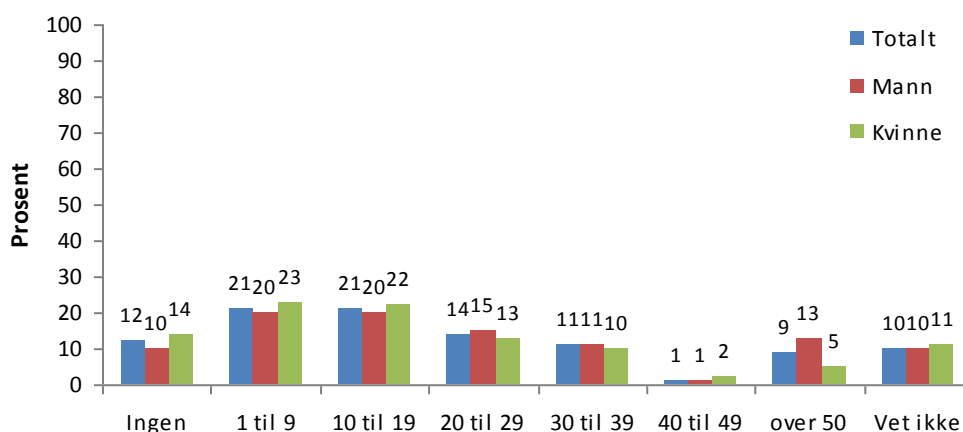
Antall app'er lastet ned til nettbrettet



Figur 4-5: Antall app'er lastet ned til nettbrettet, blant de som eier eller disponerer nettbrett i 2013. Prosent. (N=468)

Som med smarttelefoner knyttes en stor del av nettbrettbruk til tredjeparts app'er som er lastet ned til brettet av brukeren selv eller av andre. Disse app'ene kan dekke mange typer arenaer og bruksområder, og både antallet app'er og antall bruksområder utvides raskt. Av figuren over ser vi at blant de som eier nettbrett er det 21 % som har mellom 1 og 9 app'er, og 25 % som har mellom 10 og 19 app'er. Etter dette synker andelen som har flere app'er – helt til vi kommer til 50 app'er eller mer. Vi ser en markant økning til hele 12 % i andelen av nettbretteiere som hevder å ha lastet ned over 50 app'er. Av de som kun disponerer nettbrettet sitt er det 30 % som ikke har lastet ned app'er i det hele tatt, mens 23 % har lastet ned 1 til 9 app'er. Det er i tillegg 20 % som ikke vet hvor mange app'er de har lastet ned.

Antall app'er lastet ned til nettbrettet - etter kjønn

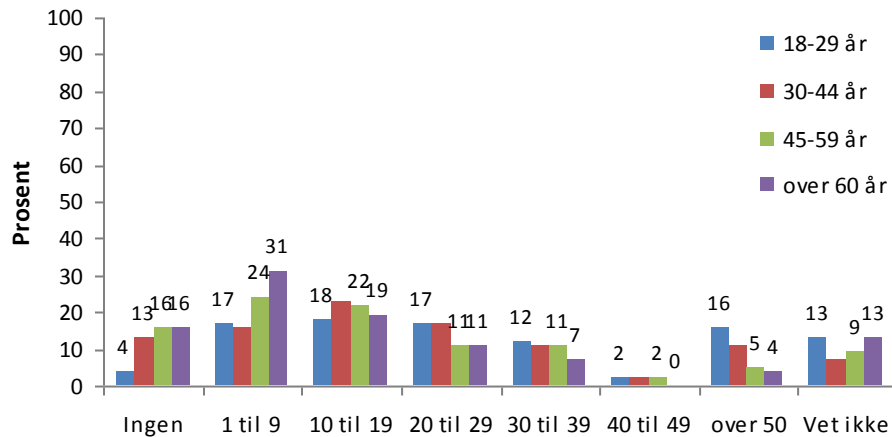


Figur 4-6: Antall app'er lastet til nettbrettet, blant de som eier/disponerer smartmobil, totalt og etter kjønn. Prosent. For 2013. (N=467)

I figur 4-6 over har vi slått sammen de som eier og de som kun disponerer nettbrett, og sett på antall app'er som er nedlastet for alle, og fordelt på kjønn. Vi ser at det er flest som har lastet ned 1 til 9 og 10 til 19 app'er totalt sett. Det er marginale kjønnsforskjeller her dersom vi ser

bort i fra de som har lastet ned 50 app'er eller mer. Det er en langt større andel menn (13 %) enn kvinner (5 %) som laster ned et så stort antall app'er.

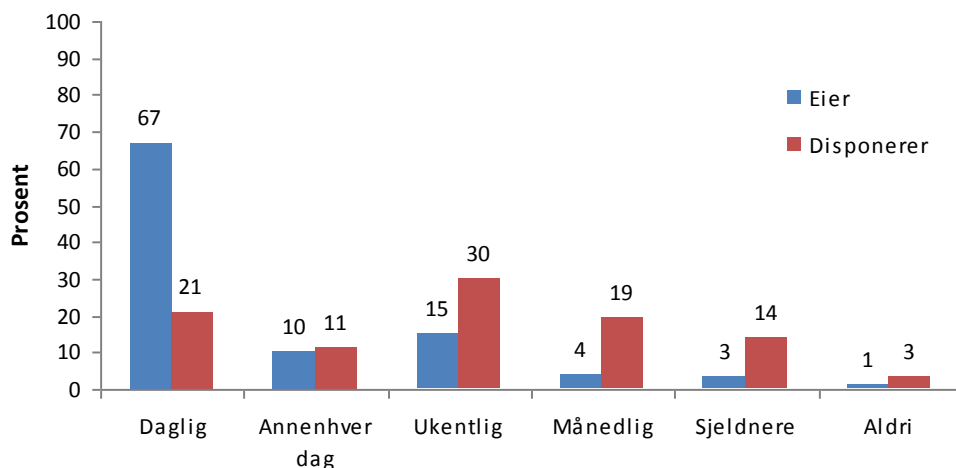
Antall app'er lastet ned til nettbrettet - etter alder



Figur 4-7: Antall app'er lastet til nettbrettet, blant de som eier/disponerer smartmobil, etter alder. Prosent. For 2013. (N=471)

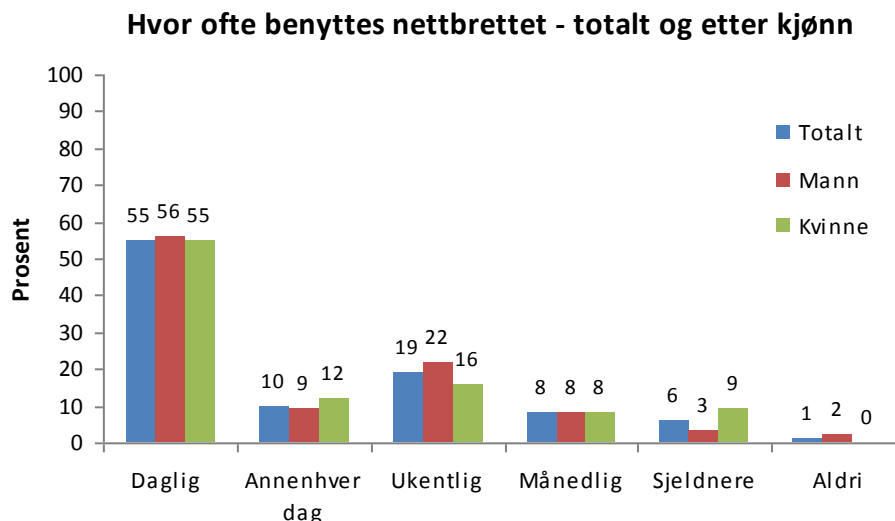
Ser vi på antall nedlastede app'er etter alder, er det færrest blant de unge som ikke har lastet ned noen app'er i det hele tatt (4 %). Det er flest blant de over 60 år som har lastet ned 1 til 9 app'er (31 %), mens det er flest av de unge mellom 18 og 29 år som har lastet ned over 50 app'er (16 %).

Hvor ofte benyttes nettbrettet?



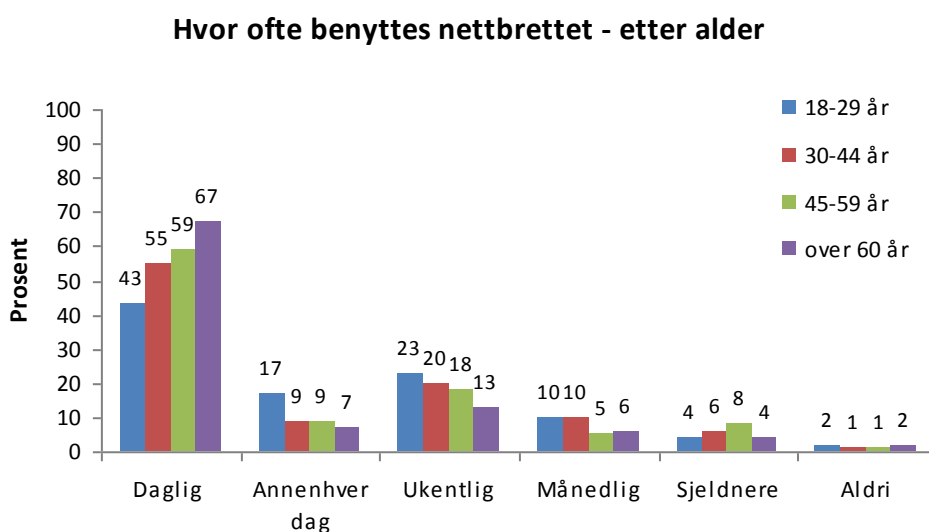
Figur 4-8: Hvor ofte nettbrettet benyttes, blant de som eier/disponerer nettbrett ('vet ikke' er ikke tatt med i figuren). For 2013. Prosent. (N=471)

Tar vi for oss bruken av nettbrett ser vi at det stor forskjell på de som eier nettbrett selv og de som kun disponerer brettet. Av nettbretteiere er det hele 69 % som bruker dette daglig, mot kun 21 % blant de som kun disponerer nettbrett. Av nettbretteiere er det videre 10 % som benytter dette annenhver dag, og 15 % som benytter det ukentlig. Med andre ord er det 92 % som blant nettbretteierne som bruker dette ukentlig eller oftere. Blant de som disponerer nettbrett er det størst andel som er ukentlige brukere (15 %), etterfulgt av daglige brukere (21 %). Det er 62 % som bruker brettet ukentlig eller oftere. Det er få som aldri bruker nettbrettet.



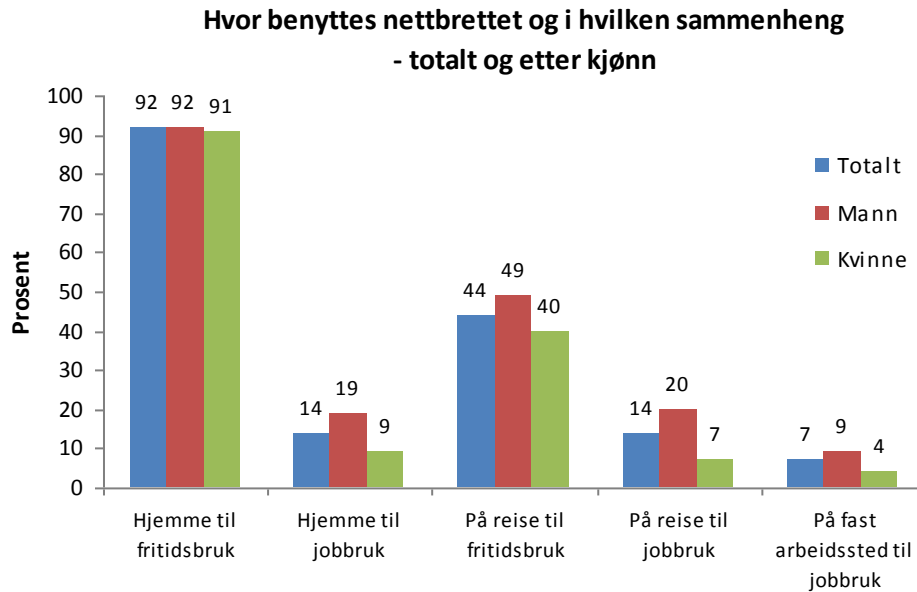
Figur 4-9: Hvor ofte nettbrettet benyttes, blant de som eier/disponerer nettbrett, totalt og etter kjønn ('vet ikke' er ikke tatt med i figuren). For 2013. Prosent. (N=471)

I figuren over har vi slått sammen nettbretteiere og de som disponerer brett. Her ser vi at 55 % totalt sett er daglige brukere. Det er hele 84 % som benytter nettbrett ukentlig eller oftere. Det er igjen marginale kjønnsforskjeller i bruken av nettbrett, og ser vi på daglige brukere er bruken helt jevnt fordelt.



Figur 4-10: Hvor ofte nettbrettet benyttes, blant de som eier/disponerer nettbrett, etter alder ('vet ikke' er ikke tatt med i figuren). For 2013. Prosent. (N=471)

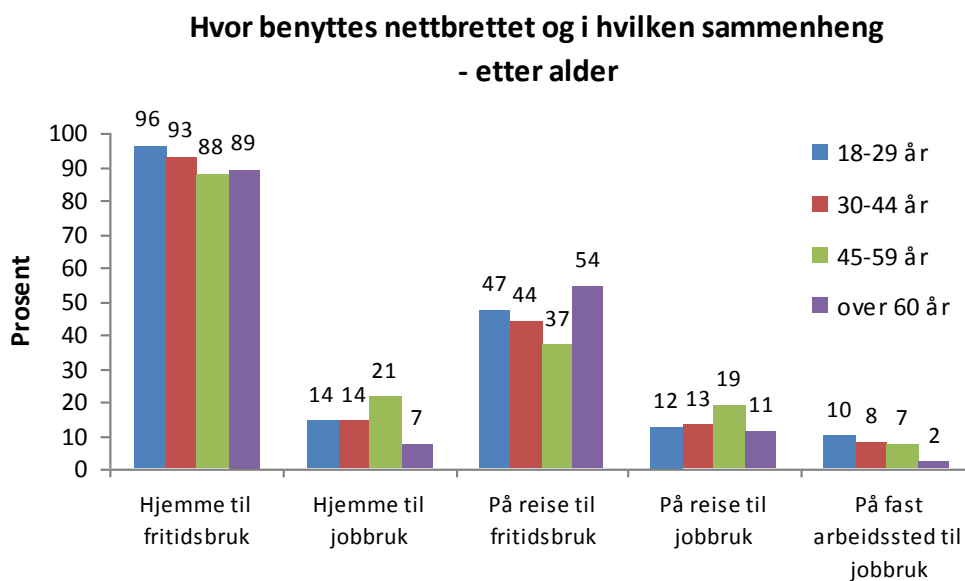
For alder er bildet noe annerledes enn for kjønn. Og overraskende nok er det størst andel blant de over 60 år som er daglige brukere av nettbrett (67 %), og bruken er jevnt stigende med alder. Det er få teknologier som kan vise til et slikt aldersforhold i daglig bruk. På motsatt ende av aldersskalaen ligger de unge brukerne (18-29 år), og her er det kun 43 % som er daglige brukere. Men blant de yngste er det relativt mange som bruker nettbrett annenhver dag (17 %) og ukentlig (23 %). Blant de yngste er det derfor 83 % som bruker nettbrett ukentlig eller oftere, mot 87 % blant de eldste.



Figur 4-11: Hvor nettbrettet benyttes og i hvilken sammenheng, blant de som eier/disponerer nettbrett, totalt og etter kjønn. For 2013. Prosent. (N=470)

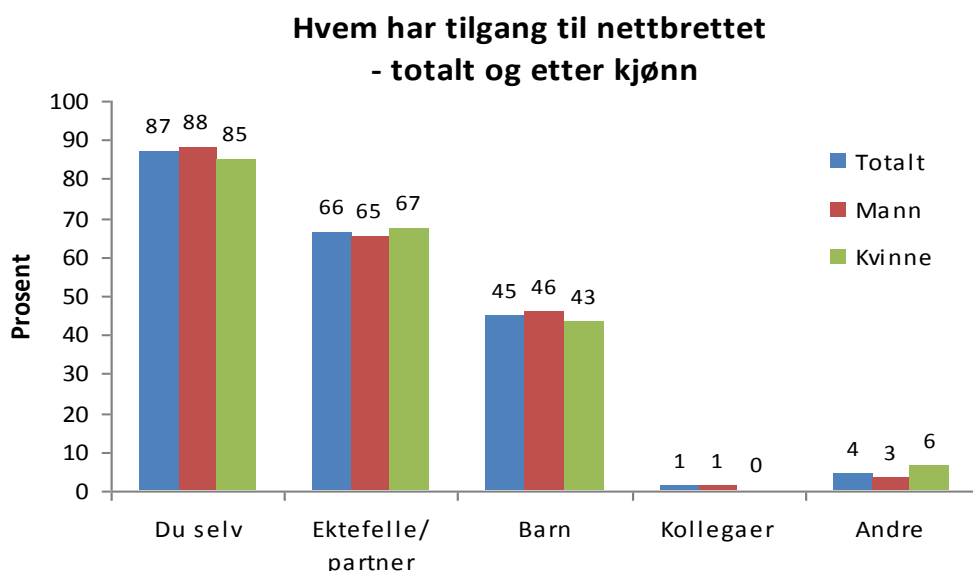
En annen viktig innsikt er *plasseringen* av bruker og nettbrett når dette tas i bruk. Mens smartmobilen antas å være med brukeren til en hver tid, og ofte ute av hjemmet, viser det seg at nettbrettet er noe mer stedbundet. Vi ser av figuren over at de aller fleste bruker nettbrettet hjemme – og da primært til fritidsbruk (92 %). Men det er også noen som tar med seg jobben hjem og bruker brettet til jobberelaterte formål (14 %). Det er en noe større andel menn (19 %) enn kvinner (9 %) som gjør dette.

Selv om nettbrettet er sterkt knyttet til hjemmet er det likevel mange som bruker det på reise – og da primært til fritidsformål (44 %). Men det benyttes også til jobberelaterte aktiviteter på reise (14 %), og da i større grad blant menn (20 %) enn blant kvinner (7 %). Det er derimot få som bruker nettbrettet som erstatning eller tillegg til PC'en på arbeidsplassen – kun 7 % gjør dette, og i noe større grad menn (9 %) enn kvinner (4 %).



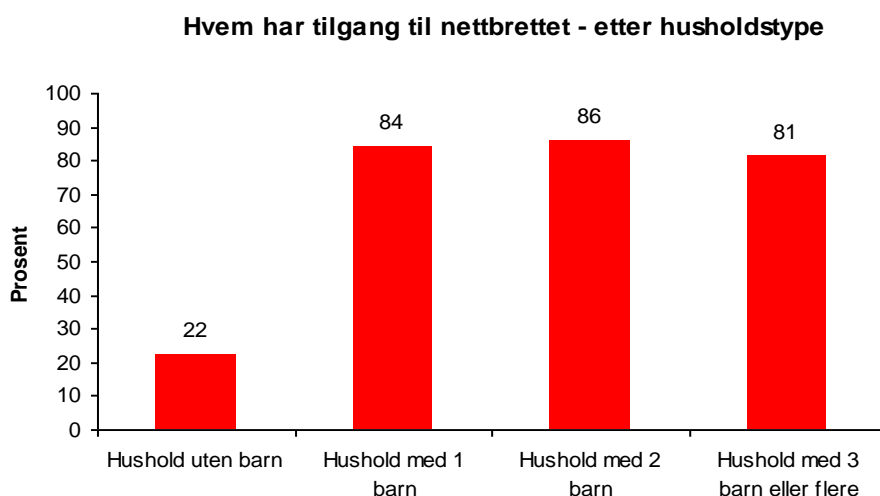
Figur 4-12: Hvor nettbrettet benyttes og i hvilken sammenheng, blant de som eier/disponerer nettbrett, etter alder. For 2013. Prosent. (N=470)

Ser vi mer spesifikt på alder og hvor nettbrettet brukes er det igjen fritidsbruk hjemme som dominerer. Det er størst andel av de mellom 45 og 59 år (31 %) som tar med seg nettbrettet hjem for å jobbe. Denne gruppen dominerer også jobbruk på reise (19 %). For de som benytter brettet til fritidsformål på reise er det størst andel blant de over 60 år (54 %). Til slutt er det størst andel blant de yngste som bruker nettbrettet fast på arbeidsplassen (10 %).



Figur 4-13: Hvem har tilgang til nettbrettet, blant de som eier/disponerer nettbrett, totalt og etter kjønn. For 2013. Prosent. (N=470)

Smarttelefoner fremstår som svært private teknologier. For å se hvorvidt nettbrettet fremstår som en personlig eller kollektiv medieplattform har vi spurt om hvem som har tilgang til å bruke nettbrettet. Her er det 87 % som hevder at de selv har tilgang (de resterende kan bestå av personer som har gitt bort nettbrett i gave, eller som står som formell eier men som likevel ikke bruker brettet). Det er en stor andel som hevder at partner/ektefelle har tilgang (66 %) og som også lar barna bruke nettbrettet (45 %). Det er ingen kjønnsforskjeller her. Nedenfor har vi laget en tilleggsfigur som viser at blant barnefamilier er det over 80 % som lar barna få ta del i nettbrettbruken.



Figur 4-14: Hvem har tilgang til nettbrettet, blant de som eier/disponerer nettbrett, etter husholdstype. For 2013. Prosent. (N=469)

Dermed kan vi konkludere med at nettbrettet er blitt et *kollektivt medium* som i hovedsak benyttes til *fritidsformål i hjemmet*, men at det også tas med på fritidsreiser. *Hele husstanden* har i stor grad tilgang til å bruke denne medieplattformen. Dette skiller seg fra bruken av smarttelefoner. Det er uansett tydelig at nettbrettet primært sett *ikke* er et arbeidsverktøy.

5 Konklusjon

Denne undersøkelsen har gitt et oversiktsbilde av tilgang til og bruk av smarttelefoner/app'er og mobil betaling, samt bruk av nettbrett og app'er i den norske befolkningen. Med utgangspunkt i disse funnene vil det i fremtidige studier være interessant å se mer inngående på *hvordan vi faktisk tar i bruk app'ene, og hvordan app'ene* (både til smarttelefoner og nettbrett) *påvirker oss i hverdagslivet*. Dette inkluderer *hva slags app'er som faktisk brukes, hvor ofte de tas i bruk, og til hvilke formål*. Vi nevnte innledningsvis at både Apple og Google har rundet 1 million tilgjengelige app'er i sine respektive app-butikker, og at antall app-nedlastinger på verdensbasis har passert 50 milliarder (for hver av de to butikkene). Alle disse app'ene er også tilgjengelige for norske forbrukere. Med så mange app'er på markedet må det vel etter hvert finnes en app for alt, slik Apples slagord antyder? App'er er også interessante ettersom de lastes ned til telefonen og dermed har et antatt *langsiktig og konkret formål* for brukeren. Vi kan anta at mange av app'ene dermed (mer eller mindre bevisst) *integreres i befolkningens hverdagsrutiner*.

I den sammenheng vil det være interessant å studere *hvor mange hverdagsaktiviteter som faktisk planlegges og utføres gjennom, eller ved hjelp av, app'er, nettjenester og/eller andre integrerte funksjoner* (i smartmobilen eller i nettbrettet). Her ligger det også et *personvern- og sikkerhetsaspekt* fordi mange tjenester beveger seg over fra faste løsninger og etablerte sikkerhetsregimer (f.eks. hjemme-PC og internett) til mer mobile løsninger med mindre etablerte sikkerhetsregimer (f.eks. smarttelefon og app'er). Det er også mange nye *kostnader* forbundet med smarttelefoner og nettbrett, blant annet pga en dramatisk økning i databruk og i ulike former for transaksjoner knyttet til app'er eller gjennom app-bruk..

Tidsbruk er også et element her, ettersom det blir langt vanskeligere å måle tidsbruken for f.eks. smarttelefoner, fordi disse benyttes til alt mulig og i alle mulige sammenhenger; fra svært korte aktiviteter (som å sjekke nye posts på sosiale medier, handlelisten fra Rimi-appen, eller klokken) til mer omfattende aktiviteter (som skrivesekvenser i notat-applikasjoner som Evernote, hente ned bilder fra skytjenester som Dropbox, eller spille mobilspill). Her er det utallige større og mindre aktiviteter og hendelser som kan knyttes direkte til smarttelefonen. Smartmobiler og nettbrett benyttes dessuten i større grad som *kontrollheter for å styre andre teknologier*, f.eks. som fjernkontroller til TV-apparat eller til styring av funksjoner i biler. Det er nå også mulig for smarttelefoner å *interagere kontaktløst med nærmiljøet*, blant annet gjennom NFC- og bluetooth-funksjoner.

Den svært mangfoldige bruken av smarttelefoner og nettbrett vi nå ser konturene av fordrer ny innsikt om disse teknologienes rolle i befolkningens hverdagsliv. Ny forskning kan bidra til å avdekke hvor *nødvendige eller vanedannende* disse mediene har blitt, og dermed også gi innsikt i hvor *avhengige eller sårbare* vi har blitt på svært kort tid. I et større samfunnsmessig perspektiv kan ny kunnskap på dette feltet belyse hvorvidt denne utviklingen bidrar til å *jevne ut digitale* (og sosiale) skiller, eller om den bidrar til å *forsterke* slike skiller?

Litteratur

Forbrukerrådet (2013). *Du selger deg billig. En rapport om betalingsløsninger og personvern.*

Ref: <http://www.forbrukerradet.no/attachment/1169027/binary/26658>

Slettemeås, Dag (2006). *Digital mestring blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2006.* SIFO prosjektnotat nr. 8 – 2006.

Slettemeås, Dag og Ingrid Kjørstad (2008). *Digital mestring – internett og bredbånd. SIFO-survey hurtigstatistikk 2007.* SIFO prosjektnotat nr. 2 – 2008.

Ref: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/72900.html>

Slettemeås, Dag (2008). *Forbrukere i bredbånds- og TV-markedet. SIFO-survey hurtigstatistikk 2008.* SIFO prosjektnotat nr. 7 – 2008.

Ref: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/75208.html>

Slettemeås, Dag (2009). *Forbrukernes digitale mestring. SIFO-survey hurtigstatistikk 2009.* SIFO prosjektnotat nr. 10 – 2009.

Ref: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/76611.html>

Slettemeås, Dag og Marianne Tronud (2011). *Digital mestring og erfaringer med tjenestebundling blant norske forbrukere SIFO-survey hurtigstatistikk 2011.* SIFO prosjektnotat nr. 13 – 2011.

Ref: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/77975.html>

Slettemeås, Dag og Jo Helle-Valle (2012). *Smarttelefon og bruk av mobilbaserte tjenester blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2012.* SIFO- Prosjektnotat nr. 17 – 2012.

Ref: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/78766.html>

Øvrebø, Malin Drange (2013). *Understanding APPropriation: A study of everyday use of smartphones in two age groups.* Master thesis, University of Bergen, Faculty of Social Sciences, Department of Information Science and Media Studies, June 1, 2013.

Årnes, Atle og Catharina Nes (2011). *Hva vet appen om deg? Kartlegging av personvernutfordringer knyttet til mobilapplikasjoner.* Datatilsynet, september 2011.

Ref: http://www.datatilsynet.no/Global/04_veiledere/app_rapport_DT2011.pdf

Vedlegg

Skjemaspørsmål knyttet til smartmobil og nettbrett 2013

q62 - q62

MOBILTELEFONI

Eier/disponerer du én eller flere mobiltelefoner?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

| | |
|-----------|---------------------------|
| CONDITION | f('q62')==1' |
| | true Question q63(q63) |
| | false |

q63 - q63

Er mobiltelefonen du benytter mest en såkalt «smarttelefon» (Smarttelefon=mobil med operativsystem, nettleser og mulighet for å installere programmer selv – apper)?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

| | |
|-----------|---------------------------|
| CONDITION | f('q63')==1' |
| | true Question q64(q64) |
| | false |

q64 - q64

Omtrent hvor mange app'er har du lastet ned på din nåværende smarttelefon?

- Ingen (1)
- 1-9 (2)
- 10 - 19 (3)
- 20 - 29 (4)
- 30 - 39 (5)
- 40 - 49 (6)
- 50 eller flere (7)

Vet ikke (8)

| | | | | |
|-------------------|---|------|-------|-------------------|
| CONDITION | f('q64').any('2','3','4','5','6','7') | | | |
| | <table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> <tr> <td>Question q65(q65)</td> <td></td> </tr> </table> | true | false | Question q65(q65) |
| true | false | | | |
| Question q65(q65) | | | | |

q65 - q65

Når du laster ned app'er til smartmobilen, hvor ofte leser du da vilkårene som gjelder for disse tjenestene – altså hvilken informasjon tjenesteleverandøren får tilgang til på smarttelefonen din?

- Alltid (1)
 Ofte (2)
 En gang i blant (3)
 Sjelden (4)
 Aldri (5)
 Vet ikke (6)

END | Condition f('q64').any('2','3','4','5','6','7')

END | Condition f('q63')==1'

q66 - q66

Har du benyttet mobilen til å betale for følgende tjenester eller produkter de siste 12 måneder (gjennom SMS-betaling, debetkort, mobil bank, annet)?

| | Ja (1) | Nei (2) | Vet ikke (3) |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Betaling for digitale innholdstjenester/ app'er (spill, logoer, musikk, annet)? (1) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling for digitale varer/tjenester INNE i applikasjonen? (2) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling av avgifter/abonnementer (parkering, bomvei, fiskekort, annet)? (3) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling for fysiske produkter i automat (brus, is, godteri, eller annet)? (4) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling til humanitære formål (f.eks gjennom tv-kampanjer)? (5) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling med kreditt-/debet kort ved mobil handel (netthandel på mobil) (6) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling ved faktura, pengeoverføring, annet med mobil bank (banktjenester på mobil) (7) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Betaling for andre typer tjenester eller produkter (8) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

q67 - q67

Hvor ofte benytter du mobilen til banktjenester (f.eks. sjekke saldo, overføre penger, betale regninger, o.l.)?

- Daglig (1)

- Ca annenhver dag (2)
- Ukentlig (3)
- Månedlig (4)
- Sjeldnere (5)
- Aldri (6)
- Vet ikke (7)

q68 - q68

Det er flere måter å betale på ved bruk av mobiltelefon. Hvor problematisk eller uproblematisk synes du det er/vil være å få andre kostnader enn telefontjenester (f.eks. innholdstjenester, parkering) fakturert på mobilregningen?

- Svært problematisk (1)
- Ganske problematisk (2)
- Verken eller (3)
- Ganske uproblematisk (4)
- Helt uproblematisk (5)
- Vet ikke (6)

q69 - q69

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

| | Helt enig (1) | Delvis enig (2) | Verken eller (3) | Delvis uenig (4) | Helt uenig (5) | Vet ikke (6) |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Jeg opplever mobilen som en sikker/trygg betalingskanal (1) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg mener mobilen bør kunne brukes til betaling for alle typer tjenester (2) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg tror mobilen vil erstatte kontant- og kortbetaling i tiden fremover (3) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

END

Condition f('q62')=='1'

q70 - q70

NETTBRETT

Eier og/eller disponerer du et nettbrett (iPad, Samsung Galaxy Tab, Amazon Kindle, eller liknende)?

- Eier og disponerer (1)
- Eier ikke, men disponerer (2)
- Verken eier eller disponerer (3)
- Vet ikke (4)

CONDITION

f('q70').any('1','2')

true
Question ()

false

q71 - q71

Hvem har anskaffet nettbrettet?

- Du selv (1)
- Min ektefelle/partner (2)
- Mine foreldre/foresatte (3)
- Innkjøpt og eid i fellesskap (husholdet) (4)
- Gave (fra noen utenfor husholdet) (5)
- Arbeidsgiver til en i husholdet (6)
- Annen eier (7)
- Vet ikke (8)

q72 - q72

Hvor ofte benytter du nettbrettet?

- Daglig (1)
- Ca annenhver dag (2)
- Ukentlig (3)
- Månedlig (4)
- Sjeldnere (5)
- Aldri (6)
- Vet ikke (7)

q73 - q73

Omtrent hvor mange app'er har du lastet ned til nettbrettet?

- Ingen (1)
- 1-9 (2)
- 10 - 19 (3)
- 20 - 29 (4)
- 30 - 39 (5)
- 40 - 49 (6)
- 50 eller flere (7)
- Vet ikke (8)

q74 - q74

Hvor benytter du vanligvis nettbrettet – og er det i jobb- eller fritidssammenheng?

Flere kryss mulig

- Hjemme - fritid (1)
- Hjemme - jobb (2)
- På reise - fritid (3)
- På reise - jobb (4)
- På jobb - fast arbeidssted (5)
- Vet ikke (6)

q75 - q75

Hvem har tilgang til å bruke nettbrettet ditt?

Flere kryss mulig

- Du selv (1)
- Ektefelle/partner (2)
- Barn (3)
- Kollegaer på jobben (4)
- Andre (5)
- Vet ikke (6)

END || Condition f('q70').any('1','2')