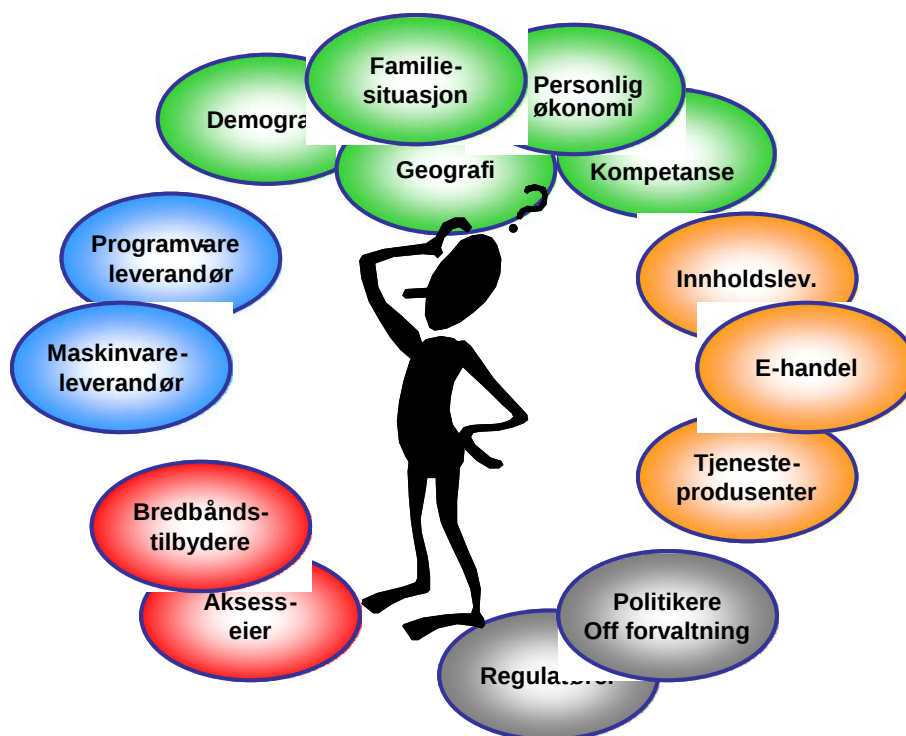


TELEINFO

## ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”



Prosjekt initiert av  
Fornyings- og administrasjonsdepartementet  
og Norsk Telecom AS

Mai 2008

© NORSK TELECOM AS

[www.teleinfo.no](http://www.teleinfo.no)

Bidragstere

*Excotel*

*TNS Gallup*

*Norsk Telecom*



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## Innhold

### DEL I – Sammendrag og innledning

|          |                                                                                 |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>SAMMENDRAG.....</b>                                                          | <b>5</b>  |
| 1.1      | BAKGRUNN .....                                                                  | 5         |
| 1.2      | GJENNOMFØRT ARBEIDE.....                                                        | 6         |
| 1.3      | HVEM ER IKKE-BRUKERNE? .....                                                    | 6         |
| 1.4      | HVORFOR KJØPER IKKE FLERE BREDBÅND? .....                                       | 6         |
| 1.5      | HVA SKAL TIL FOR AT FOLK VIL KJØPE BREDBÅND? .....                              | 7         |
| 1.6      | HVILKE FUNKSJONER OG TJENESTER VIL VÆRE SPESIELT NYTTIGE FOR NYE BRUKERE? ..... | 7         |
| 1.7      | HVA KAN BRANSJEN GJØRE FOR Å ØKE NETTBRUKEN? .....                              | 7         |
| 1.8      | HVA KAN DET OFFENTLIGE GJØRE FOR ØKE NETTBRUKEN? .....                          | 7         |
| 1.9      | ER DET NOE POENG Å FÅ FLERE PÅ NETT? .....                                      | 7         |
| 1.10     | SAMLEDE VURDERINGER .....                                                       | 8         |
| 1.11     | ANBEFALINGER .....                                                              | 9         |
| <b>2</b> | <b>INNLEDNING.....</b>                                                          | <b>12</b> |
| 2.1      | UTGANGSPUNKT .....                                                              | 12        |
| 2.2      | PROSJEKTBAGGRUNN .....                                                          | 12        |
| 2.3      | GJENNOMFØRT ARBEIDE.....                                                        | 12        |
| 2.4      | SLUTTPRODUKTER FRA PROSJEKTET .....                                             | 13        |
| 2.5      | AKTUELLE BRUKERGRUPPER .....                                                    | 13        |
| 2.6      | ENGLISH SUMMARY .....                                                           | 14        |
| 2.7      | FORBEHOLD.....                                                                  | 14        |

### DEL II - Status i dag

|          |                                                        |           |
|----------|--------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3</b> | <b>DET NORSKE BREDBÅNDSMARKEDET .....</b>              | <b>16</b> |
| 3.1      | HISTORISK BAKTEPPE .....                               | 16        |
| 3.2      | FAKTISK UTBYGGING .....                                | 16        |
| 3.3      | DE HVITE FLEKKENE .....                                | 17        |
| 3.4      | UTBREDELSE .....                                       | 17        |
| 3.5      | TJENESTEUTVIKLING .....                                | 18        |
| 3.6      | PRISER OG PRISUTVIKLING .....                          | 20        |
| 3.7      | OPPRINGT INTERNETT .....                               | 21        |
| 3.8      | BREDBÅND OG POLITIKK .....                             | 21        |
| 3.9      | DET DIGITALE SAMFUNN .....                             | 22        |
| 3.10     | ØKT FOKUS PÅ BRUK OG NYTTE? .....                      | 25        |
| <b>4</b> | <b>PRODUKTER OG SEGMENTERING I DAGENS MARKED .....</b> | <b>26</b> |
| <b>5</b> | <b>HVEM ER IKKE-BRUKERNE? .....</b>                    | <b>28</b> |
| 5.1      | INNLEDNING .....                                       | 28        |
| 5.2      | ALDER .....                                            | 28        |
| 5.3      | GEOGRAFI .....                                         | 29        |
| 5.4      | UTDANNINGSNIVÅ.....                                    | 30        |
| 5.5      | ARBEIDSSITUASJON .....                                 | 31        |
| 5.6      | INNTEKT .....                                          | 31        |
| 5.7      | ANDRE VARIABLE .....                                   | 31        |
| 5.8      | SLUTTBRUKERUTRUSTNING .....                            | 32        |
| 5.9      | OPPRINGT LINJE .....                                   | 32        |



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



|      |                   |    |
|------|-------------------|----|
| 5.10 | OPPSUMMERING..... | 32 |
|------|-------------------|----|

## DEL III - Brukerkartlegging

|           |                                                                                        |           |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>6</b>  | <b>HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?.....</b>                                   | <b>34</b> |
| 6.1       | INNLEDNING .....                                                                       | 34        |
| 6.2       | RESULTATER .....                                                                       | 34        |
| 6.3       | ANDRE UNDERSØKELSER.....                                                               | 38        |
| 6.4       | VURDERING.....                                                                         | 41        |
| <b>7</b>  | <b>HVA SKAL TIL FOR AT FOLK VIL KJØPE BREDBÅND?.....</b>                               | <b>42</b> |
| 7.1       | RESULTATER .....                                                                       | 42        |
| 7.2       | VURDERING.....                                                                         | 43        |
| <b>8</b>  | <b>HVILKE FUNKSJONER OG TJENESTER VIL VÆRE TIL STØRST NYTTE FOR NYE BRUKERE? .....</b> | <b>45</b> |
| 8.1       | RESULTATER .....                                                                       | 45        |
| 8.2       | ANDRE UNDERSØKELSER.....                                                               | 47        |
| 8.3       | VURDERING.....                                                                         | 47        |
| <b>9</b>  | <b>HVA KAN BRANSJEN GJØRE FOR Å FÅ OPP BREDBÅNDSBRUKEN? .....</b>                      | <b>48</b> |
| 9.1       | RESULTATER .....                                                                       | 48        |
| 9.2       | VURDERING.....                                                                         | 49        |
| <b>10</b> | <b>HVA KAN DET OFFENTLIGE GJØRE FOR Å FÅ OPP BREDBÅNDSBRUKEN?.....</b>                 | <b>50</b> |
| 10.1      | RESULTATER .....                                                                       | 50        |
| 10.2      | VURDERING.....                                                                         | 52        |
| <b>11</b> | <b>ER DET NOE POENG Å FÅ FLERE PÅ NETT?.....</b>                                       | <b>53</b> |
| 11.1      | RESULTATER .....                                                                       | 53        |
| 11.2      | SAMFUNNSNYTTEN AV Å FÅ FLERE PÅ NETT .....                                             | 54        |
| 11.3      | DANSK UNDERSØKELSE OM IKT-KOMPETANSE OG SAMFUNNSNYTTE .....                            | 57        |
| 11.4      | VURDERING.....                                                                         | 58        |
| <b>12</b> | <b>UTVIKLINGSTREKK MOT 2010.....</b>                                                   | <b>59</b> |

## DEL IV - Vurderinger og anbefalinger

|           |                                                          |           |
|-----------|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>13</b> | <b>SAMLET VURDERING OG ANBEFALINGER.....</b>             | <b>61</b> |
| 13.1      | VURDERINGER .....                                        | 61        |
| 13.2      | ANBEFALINGER .....                                       | 62        |
| <b>14</b> | <b>VEDLEGG.....</b>                                      | <b>65</b> |
| 14.1      | VEDLEGG 1 - KONKLUSJONER FRA NORDISK BENCHMARK 2002..... | 65        |



# **”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”**

**SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008**



## **Del I Sammen drag og innledning**

**Denne delen av rapporten inneholder flg kapitler...:**

**Sammendrag**

**Innledning**



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

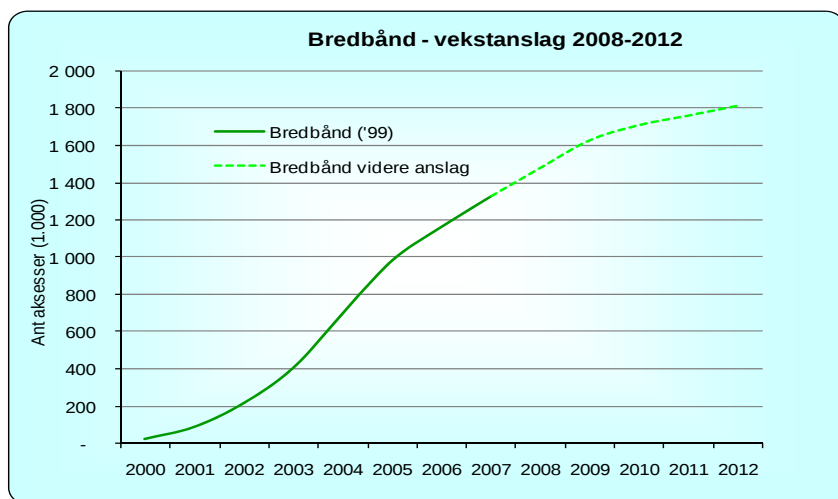
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 1 SAMMENDRAG

### 1.1 BAKGRUNN

Innen bredbåndsmarkedet har politisk fokus de senere årene vært på utbygging, eller snarere mangel på utbygging av bredbånd i Norge. Pt har vi over 98% bredbåndstilgjengelighet, mens kun ca 65% av norske husstander har gått til anskaffelse av bredbånd. Mao har ca 750.000 norske husstander ennå ikke installert eller anskaffet bredbånd.



Det finnes i dag begrenset informasjon om hvem disse ikke-brukerne er – og ikke minst hva som er de underliggende årsakene til at disse ikke har anskaffet seg bredbånd. Videre finnes det lite informasjon om potensialet – både for aktørene i markedet – men også for samfunnet totalt sett ved økt bruk av bredbånd og nettet som sådan.

Utbygging av bredbånd har vært et naturlig mål for politikerne fra 2000 og frem til i dag. Gitt denne prioriteringen har en samtidig i mindre grad fokusert på det faktum at overraskende mange potensielle brukere/husstander ikke har tatt bredbånd i bruk. Mao "bygges det motorveier, men folk kjøper ikke bil".

Man kan derfor undres litt på hvorfor utbyggingsmålet har stått så vidt fast i disse årene. Trolig kan man finne forklaringen langs flere akser...

- Politikk med distriktsprofil har lett for å få gjennomslag i Norge
- Utbygging er relativt lett målbart
- Det er mulig (for politikere) å påvirke måloppnåelsen gjennom egne bevilgninger
- Det har vært et "populært" tiltak blant bransjeaktører – som får drahjelp og økonomisk støtte til egen virksomhet

Men er fortsatt fokus på bredbåndsutbygging fornuftig offentlig pengebruk? Kunne ressursbruken resultere i større samfunnsnytte hvis de ble brukt på en annen måte – f.eks. til kompetanseutvikling, tilgjengeliggjøring av offentlig informasjon, effektivisering mm? Dette er spørsmål politikere bør stille seg, når det viser seg at 1/3 av norske husstander ennå ikke har knyttet seg til nettet gjennom egne bredbåndsforbindelser.

Fornyrings- og administrasjonsdepartementet (FAD) ga høsten 2007 Norsk Telecom AS i oppdrag å utarbeide en frittstående analyse av dette problemkomplekset. Hovedfokus for analysen skulle være å få frem mer håndfast informasjon om dette området – samt å presentere anbefalinger for hvorledes situasjonen kan utbedres. Sekundært ville en slik analyse kunne bidra til å få økt fokus på denne problemstillingen – både fra politisk hold, men også fra bransje- og fra brukerhold.



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 1.2 GJENNOMFØRT ARBEIDE

Norsk Telecom AS har i samarbeide med TNS Gallup gjennomført en spørreundersøkelse blant ikke-brukere, brukere og bransjeaktører. I alt har ca 1.100 personer deltatt i undersøkelsen, som har bestått av utfylling av et spørreskjema med i alt 51 enkeltspørsmål fordelt på 6 hovedområder...:

1. Hva er årsaken til at du ikke har installert bredbånd hjemme?
2. Hva ville vært viktig for deg dersom du skulle anskaffet deg bredbånd?
3. Hvilke funksjoner og tjenester mener du vil være til størst nytte for deg som ny nett-bruker?
4. Hva kan bransjen gjøre for å få opp bredbåndstettheten og -bruken i det norske samfunnet?
5. Hva kan det offentlige gjøre for å få opp bredbåndstettheten og -bruken i det norske samfunnet?
6. Hvorfor er det så viktig at flest mulig har bredbånd/er tilknyttet nettet?

Prosjektgruppen har i løpet av arbeidet samlet inn et betydelig grunnlagsmateriale – både gjennom spørreundersøkelsen, og gjennom møter med ulike grupperinger i markedet. Resultatene fra arbeidet vil bli delt opp i en hovedrapport og en tilleggsrapport rettet spesielt mot ”eldre og bredbånd”.

## 1.3 HVEM ER IKKE-BRUKERNE?

Ca 35% av norske husstander er ved årsskiftet 2007/2008 ikke tilknyttet internett gjennom en fast linje (bredbånd). Det er stor forskjell mellom ulike segmenter blant sluttbrukere. Flg grupper skiller seg ut med større andeler ikke-brukere enn gjennomsnittet...:

- De eldre – i aldersgruppen 65-74 er det kun 40% bredbåndsbrukere
- Personer i distriktene – det er en klar sammenheng mellom antall hustander i en kommune og bredbåndstettheten – det er ca 190 kommuner med < 50% bredbåndstetthet i Norge – av disse ligger ½-delen fra Møre og Romsdal og nordover.
- Familier uten barn er vesentlig mindre på nett enn de med barn
- Familier med de laveste inntektene er de minst ivrige nettbrukere

## 1.4 HVORFOR KJØPER IKKE FLERE BREDBÅND?

Det synes derfor som om nybegynnernes behov er meget grunnleggende – mange har liten kompetanse, synes utstyret er komplisert – og er usikre på hva de skal bruke internett til – og hvilken nytte en kan ha av å ”være på nett”. Samtidig møter de en lite imøtekomende IKT-bransje.

Det er til dels sammenfallende funn, men også en viss spredning på resultater i nyere sammenliknbare undersøkelser rundt dette tema:

### **SSB (Q2 2007)**

- Bredbånd ikke tilgjengelig i området (38%)
- Har ikke behov (34%)
- Har tilgang andre steder (10%)
- For dyrt (9%)
- Andre årsaker (13%)

### **Teleplan (sept 2007)**

- De har ikke pc (57%)
- De bruker internett sjelden (48%)
- De trenger ikke bredbåndshastighet (44%)
- Det er for dyrt (42%)

### **Norsk Telecom (vinteren 2008)**



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



- At det ikke er tilgjengelig bredbånd der de bor (56%)
- At de heller bruker oppringt linje (33%)
- At bredbånd er for dyrt (26%)
- At det er for komplisert – nye brukere mangler kompetanse (12%)

Trolig er den manglende kompetansen og opplevet kompleksitet på sluttbrukerutstyret – kombinert med en moderat interesse for nettbruk - avgjørende for at mange fremdeles ikke bruker bredbånd.

## 1.5 HVA SKAL TIL FOR AT FOLK VIL KJØPE BREDBÅND?

Hovedbildet for nybegynnerne er et ønske om enklere og stabile produkter, mer brukerstøtte og lavere priser. Få om noen bredbåndsaktører har i dag "entry" produkter i sitt sortiment – fokus er primært på økt båndbredde, og salg av tilleggstjenester. Trolig er likevel utviklingen av brukernes kompetanse og en god porsjon "voksenopplæring" om hva man kan benytte internett til – og opplysning/oppfatning av den faktiske nytten ved slik bruk, som er den største terskelen. Her har både samfunnet, det offentlige og bransjen store utfordringer!

## 1.6 HVILKE FUNKSJONER OG TJENESTER VIL VÆRE SPESIELT NYTTIGE FOR NYE BRUKERE?

De mest populære tjenestene er naturlig nok generell surfing, e-post og nettbank. For øvrig finnes trolig ingen "rette svar". Brukerne er forskjellige, og de underliggende behovene er ofte ikke slik bransjen forventer seg. Ikke-brukere er spesielt forskjellige, og det vil derfor være å plukke fra den samlede tjenesteflora som vil være attraktivt. Fra dybdeintervjuer på eldresentra erfarer vi at noen vil lese lokalaviser, noen vil kommunisere med familien, noen vil "lese om gamle dager", noen vil spille bridge eller sjakk, noen vil drive med slektsforskning og noen vil få seg nye venner... Fellesnevneren er imidlertid at kompetansemangel og teknologifrykt er "show stoppers" for mange potensielle brukere.

## 1.7 HVA KAN BRANSJEN GJØRE FOR Å ØKE NETTBRUKEN?

Bransjen må bli flinkere til å informere om sine produkter og ikke minst om den faktiske utbygging/dekning i de ulike områder. Det er få om noen bredbåndsaktører som i dag har tilbud tilpasset nybegynnerne – enten det går på pris, funksjonalitet eller "pakkeløsning". Det er betydelig rom for å komme nybegynnerne i møte her – og Norsk Telecom AS vil anta at dette bør bli et generelt satsningsområde for de toneangivende bredbånds-aktørene.

## 1.8 HVA KAN DET OFFENTLIGE GJØRE FOR ØKE NETTBRUKEN?

Mange av respondentene føler at bredbånd bør kunne likestilles med tilgjengeligheten av strøm, vann og telefon – og at bredbånd med grunnleggende hastighet derfor på sikt bør være et lavt priset 'samfunns gode', der det offentlige kan ta et økt ansvar. Man er tilnærmet samstemt om at alle offentlige informasjonstjenester bør forefinnes på nett, samtidig som det må være mulig for personer med nettilknytning å besvare alle offentlige henvendelser via nettet. Det trekkes også frem at offentlige tjenester bør videreutvikles fra "å fylle ut skjemaer" til heller å arbeide med det offentlig i integrerte tjenester. Det må børstes støv av den gamle målsettingen om at det offentlige ikke skal spørre om informasjon man allerede har tilgjengelig internt.

## 1.9 ER DET NOE POENG Å FÅ FLERE PÅ NETT?

Konklusjonene fra arbeidet viser at det er to ulike hovedsynspunkter rundt problemstillingen om det er nyttig å få større deler av det norske samfunnet på nett...

- Den store gruppen som klart ser oppsiden i at flere kommer inn i det nettbaserte samfunnet – denne gruppen ser for seg store muligheter ved økt nettbruk
- ...og den lille gruppen som mener at det ikke bør være noe press på å bli nettbasert – "vi klarer oss godt som det er" – naturlig nok inkluderer denne



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

gruppen en del av ”de eldre” – som allerede er på utsiden av nettsamfunnet – og det finnes nok av de som ”ikke tør”.

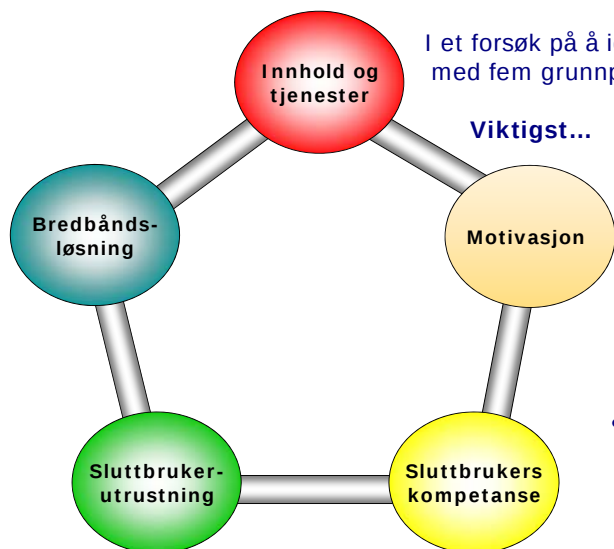
Det er svært mange fordeler ved å øke utbredelsen av nettbruk til større deler av folket - dette både på ...:

- en effektivisering av en rekke daglige aktiviteter,
- økonomiske besparelser ved innkjøp av varer og tjenester via nettet,
- man får tilgang på et enormt informasjonstilfang – slik at man kan holde seg orientert og på en lettvinnt måte kan tilegne seg kunnskap om ”ting som foregår”
- og sist men ikke minst gir nettilknytning muligheter til sosial kontakt både med slekt og venner – nært og fjernt, og med nye interessante bekjenskaper, for næring, kunnskap, fornøyelse eller sosial aktivitet

”Ting tar tid” – også når det gjelder ikke-brukere av nettet, så det vil ta tid å kunne høste ”samfunnsnyttige fordeler” av å få ikke-brukerne på nett – på det personlige/sosiale plan vil imidlertid nytten kunne komme meget raskt – bare denne gruppen får tilstrekkelig starthjelp til å ta skrittet over i den digitale verden.

## 1.10 SAMLEDE VURDERINGER

Prosjektet har avdekket at dette er en sammensatt problemstilling, der ulike grupperinger har forskjellige årsaker for hvorfor de evt ikke har gått til anskaffelse av bredbånd. Samtidig ser vi at det er et betydelig sprik i oppfatningene rundt ikke-brukere – når vi f eks sammenlikner med registrerte svar fra bransjeaktører og ”vanlige bredbåndsbrukere”.



I et forsøk på å identifisere ”toppen av isfjellet” har prosjektet kommet opp med fem grunnpillarer som trolig kan danne basis for fremtidige løsninger.

- Sluttbrukers kompetanse – eller mangel på sådan – vi ser at flere grupper vegrer seg for å komme i gang med bredbåndsbruk og bruk av tjenester og innhold på nettet – trolig er manglende kompetanse (og ditto informasjon om mulighetene) hovedgrunnen til at så vidt mange ennå ikke har trådt fullt inn i det digitale samfunn.
- Sluttbrukers utrustning (maskin- og programvare) viser seg også å være et vesentlig moment for å ”komme i gang” – utstyr og programvare er ofte dyrt og unødvendig komplisert – sett med nybegynnerøyne. Det er også et tilbakevendende problem at det kommer stadig nye versjoner av operativsystem og programvare – noe som krever mye tid hos nybegynnere. Mange potensielle nybegynner er også redd for at man ”ikke får det til”.
- Sluttbrukeres motivasjon og ønske om ”å komme på nett” er variabel, og synker i dag med alderen. Eldre nettbrukere opplever imidlertid betydelige fordeler ved å være på nett, og det er nå en utfordring å anskueliggjøre disse plussfaktorene også for ikke-brukerne.

### Mindre viktig

- Selve bredbåndsløsningen synes ikke å være et vesentlig problem for å få flere på nett – analysen viser at det trolig er en generell misoppfatning omkring den faktiske bredbåndsdekning og tilbudet ”der en bor” – dette er først og fremst en



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



bransjeutfordring – men går også på brukernes kompetanse og evne til å identifisere de aktuelle bredbåndstilbudene.

- Innhold og tjenester på nett synes i mindre grad å være en medvirkende årsak til at mange ikke er på nett. For å imøtekomme "nybegynnerne" vil det imidlertid trolig være hensiktsmessig at det utformes spesielle portaler og/eller spesielle grensesnitt for nybegynnere.

## 1.11 ANBEFALINGER

Basert på den gjennomførte analysen har Norsk Telecom AS identifisert en rekke tiltak som kan være med på å utbedre situasjonen. Disse favner forsøksvis over flere aktuelle brukergrupperinger, slik at effekten av disse vil kunne falle godt ut både for eldre og andre "nybegynnere".

### Sluttbrukerutrustning

#### **"Norgespakken"**

Det bør utformes en standardisert minimumsløsning rettet mot nye brukere – slike nybegynnerløsninger bør være et "pakketilbud" av både maskinvare, programvare og bredbåndsløsning, standard "desktop", installasjon og oppsett mot "nybegynnerportaler". Det må legges vekt på at pakkens innhold er tilpasset nybegynnere – altså er det ikke nødvendig med programvare for håndtering av komplekse problemstillinger – men kun grunnleggende funksjonalitet. Nybegynnerpakken bør også inkludere mulighet for "fjernsupport" rett på dataskjermen. Forslaget har fått arbeidstittelen "Norgespakken", og både bransjeaktører, representanter for ulike brukerkategorier (f.eks. Seniornett), Senter for fri programvare og andre interesserte og berørte aktører bør kunne samarbeide om å utvikle en felles standardisert spesifisering for "alt i en boks"-pakke for nybegynnere.

#### **Bruk Telepriser.no**

Det bør så arbeides for at alle større tilbydere har en slik standardisert nybegynnerpakke i sitt produktsortiment. Likeledes bør f.eks. nettstedet [www.telepriser.no](http://www.telepriser.no) kunne benchmarke priser og vise brukertester av slike pakker – slik at nye brukere får god og nøytral hjelp i å vurdere de tilbudene fra de forskjellige aktørene.

#### **Bruk fri programvare**

Offentlig støtte til og utvikling av fri programvare bør intensiveres – slik at kostnadene for nybegynnerløsninger kan reduseres – "Norgespakken" bør i størst grad utnytte fri/gratis programvare.

### Sluttbrukers kompetanse

#### **Pensjonistopplæring**

Det må gjøres et krafttak for å øke kompetanse blant ikke brukerne – spesielt gjelder dette for "eldresegmentet" (pensjonister og de som er på vei til å bli pensjonister). Slik opplæring bør gjennomføres av offentlige og private arbeidsgivere før personene går over i pensjonsalderen. Dette tiltaket bør innarbeides i næringslivet og i offentlig forvaltning som et generelt "samfunnsansvar" – alle arbeidstakere bør i god tid før pensjonsalder bringes opp på et minimums kompetansenivå i nettbruk og håndtering av pc/digitalt verktøy. Dette vil også kunne muliggjøre at eldre arbeidstakere, som ønsker å få jobbe forbi "AFP-alderen", kan kvalifisere seg for nye arbeidsoppgaver og dermed kan være



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



en del av en løsning på problemet med ressursmangelen i arbeidslivet.

**Støtt Seniornett** Støtten til Seniornett og kompetanseøkende organisasjoner bør intensiveres. Ressurser må benyttes både til opplysningsvirksomhet og konkret opplæring.

**Utstyr på eldresentre** Støtte til datautrustning og programvare for eldre/eldresentre bør økes og flyttes fra Hjelpemiddelsentralene/sosialbudsjett og over til mer hensiktsmessige og kompetansetunge organisasjoner/myndigheter. Bruk av midler bør reflektere utvikling og introduksjon av ”Norgespakken” og satsning på både informasjonsvirksomhet og konkret opplæring/bruk. Som et eksempel bør alle eldresentre ha datautrustning tilkoblet storskjerm, slik at opplæring og informasjon kan gjennomføres for et større publikum.

## Motivasjon og informasjon

**Motivasjonstiltak** ”Markedsføring” og informasjonsvirksomhet rundt nettbruk og brukerfordeler må intensiveres – både aktører, myndigheter og f.eks. NRK bør ta del i en ”informasjonsdugnad” for å gi ikke-brukere et bedre innblikk i de fordeler bruk av bredbånd/internett kan innebære – vinklingen må rettes mot bruk av basisprodukter og tjenester (avanserte og ”fancy” tjenester får nok oppmerksomhet likevel...)

**Informasjon** Informasjon om grunnleggende nettbruk og ”smarte” nettbaserte tjenester mm. må kjøres på offentlige kontorer, bibliotek, eldresentra osv.

**Offentlige terminaler** Alle offentlige kontorer bør etablere ”on-line stands” der brukerne kan få assistanse i ”digital selvbetjening” – på denne måten vennes man til å benytte on-line tjenester raskest mulig.

## Bredbåndsløsning

**Info om faktiske tilbud** Opplysningsvirksomhet rundt faktiske bredbåndstilbud pr. region/område må forbedres – det må arbeides aktivt for å fjerne oppfatningen av at ”bredbånd ikke er tilgjengelig” dersom det motsatte er tilfelle – dette er innledningsvis en oppgave for tilbyderne (operatørene), men bør på sikt kunne være en informasjonsoppgave for den enkelte kommune.

**Honnørrabatt** Bransjen bør innrømme seniorsegmentet en ”Honnørrabatt” ved installasjon og abonnement på bredbånd, eldre bredbåndsbukere vil trolig være moderate i sin bruk av nettet, og en rabatt til dette segmentet bør derfor kunne rettferdiggjøres – både ut i fra en sosial profil, men også ut i fra moderate operatørkostnader ved moderat trafikk.

## Innhold og tjenester

**Inngangsportaler** Både operatører, tunge tjenestetilbydere (bank/offentlig) og myndigheter bør delta i utforming av et begrenset antall standard inngangsportaler (komme i gang-portaler) for nye brukere, der de aller mest vanlige tjenester og funksjoner



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



ligger – tiltaket kan gjerne sys sammen med oppsettet i ”Norgespakken”.

## **Forenklet grensesnitt**

Innholds- og tjenesteleverandører på nettet bør innarbeide et standardisert (forenklet) grensesnitt for nye brukere – grensesnittet kan f.eks. aktiveres med en knapp eller bryter på portaler med høy trafikk.

## **Fjernhjelp**

Det bør utarbeides konsepter/abonnementsordninger der brukere kan abonnere på ”Fjernhjelp” direkte på egen pc. Primært bør dette være bredbåndstilbyderens ansvar, men konseptet bør kunne benyttes hos alle større tjeneste- og produkttilbydere (bank, forsikring, reisebyrå, programvareleverandører ol.).



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 2 INNLEDNING

### 2.1 UTGANGSPUNKT

I bredbåndsmarkedet er vi nå ferdig med den initielle markedsveksten – og ca 60%+ av norske husstander har anskaffet bredbåndsaksesser. Bransjen fokuserer nå på neste trinn i prosessen, der mulige veivalg kan inkludere et eller flere av de alternative valgene nedenfor...:

- Leveranse av hi speed / superbredbånd
- Utvide tjenestespekteret – f eks til Triple Play (tv, bredbånd og fasttelefoni i en pakke)
- Fokusskift fra aksess til tjenester?
- Eller ... kjøre på et lavprisalternativ

Trolig vil morgendagens marked være atskillig mer diversifisert enn det vi ser i dag – noen vil være storbrukere, mens andre klarer seg med et 'basisabonnement'. For operatørene må veivalget stakes ut og nettverket tilpasses den valgte strategi.

### 2.2 PROSJEKTBAKGRUNN

Innen bredbåndsmarkedet<sup>1</sup> har politisk fokus de senere årene vært på utbygging, eller snarere mangel på utbygging av bredbånd i Norge. Pt har vi over 98% bredbåndstilgjengelighet, mens kun ca 65% av norske husstander har gått til anskaffelse av bredbånd (Post- og teletilsynet – H1 2007). Mao har ca 750.000 norske husstander ennå ikke installert eller anskaffet bredbånd.

Det finnes i dag begrenset informasjon om hvem disse ikke-brukerne er – og ikke minst hva som er de underliggende årsakene til at disse ikke har anskaffet seg bredbånd. Videre finnes det lite informasjon om potensialet - både for aktørene i markedet – men også for samfunnet totalt sett ved økt bruk av bredbånd og nettet som sådan.

Fornyrings- og administrasjonsdepartementet (FAD) har derfor gitt Norsk Telecom AS i oppdrag å utarbeide en frittstående analyse av dette problemkomplekset. Hovedfokus for analysen vil være å få frem mer håndfast informasjon om dette området – samt å presentere anbefalinger for hvorledes situasjonen kan utbedres. Sekundært vil en slik analyse kunne bidra til å få økt fokus på denne problemstillingen – både fra politisk hold, men også fra bransje- og fra brukerhold.

### 2.3 GJENNOMFØRT ARBEIDE

Norsk Telecom AS har i samarbeide med TNS Gallup gjennomført en spørreundersøkelse blant ikke-brukere, brukere og bransjeaktører. I alt har ca 1.100 personer deltatt i undersøkelsen, som har bestått av utfylling av et spørreskjema med i alt 51 enkeltspørsmål fordelt på 6 hovedområder...:

1. Hva er årsaken til at du ikke har installert bredbånd hjemme?
2. Hva ville vært viktig for deg dersom du skulle anskaffet deg bredbånd?
3. Hvilke funksjoner og tjenester mener du vil være til størst nytte for deg som nettbruker?
4. Hva kan bransjen gjøre for å få opp bredbåndstettheten og -bruken i det norske samfunnet?
5. Hva kan det offentlige gjøre for å få opp bredbåndstettheten og -bruken i det norske samfunnet?

<sup>1</sup> Definisjon av bredbånd er basert på Regjeringens, slik den fremkommer i IKT Meldingen (St.meld. nr. 17 (2006-2007) Eit informasjonssamfunn for alle) og bredbåndsmeldingen (St.meld. nr. 49 (2002-2003) Breiband for kunnskap og vekst)...: "Bredbånd er toveis kommunikasjonsnett som kan overføre ulike former for data som tekst, lyd, og levende bilder og som må kunne bære nye tjenester og tillate at mange bruker nettet samtidig".



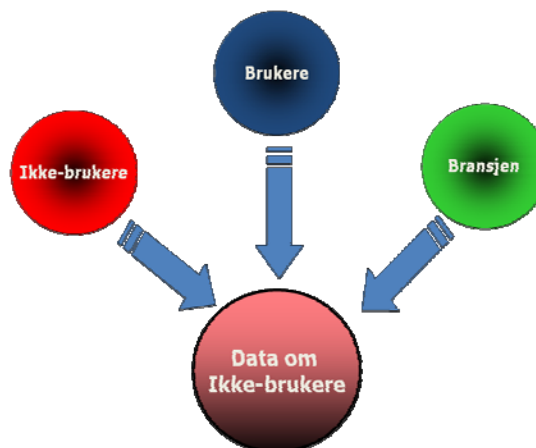
# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 6. Hvorfor er det så viktig at flest mulig har bredbånd/er tilknyttet nettet?

Spørsmålsstillingen var for alle de spurte vinklet slik at man svarte hva man mente/trodde om ikke-brukere. I tillegg har det vært mulig for respondentene å komme med egne kommentarer pr hovedspørsmål. Undersøkelsen er gjennomført på web, eller ved manuell utfylling av papirskjemaer.



Undersøkelsen er supplert med informasjon innhentet gjennom intervjuer og møter med brukergupper, ikke-bruker-grupper, representanter for senior-bevegelsen og i innvandremiljøet, og dialog med aktører i det norske telekommarkedet mm.

## 2.4 SLUTTPRODUKTER FRA PROSJEKTET

Prosjektgruppen har i løpet av arbeidet samlet inn et betydelig grunnlagsmateriale – både gjennom spørreundersøkelsen, og gjennom møter med ulike grupperinger i markedet. Resultatene fra arbeidet blir delt opp slik..:

### **Hovedrapport**

Hovedrapporten vil presentere de viktigste funn og konklusjoner fra arbeidet. Hovedrapporten presenterer også overordnede forslag.

### **Presentasjon**

Det vil bli laget en overordnet presentasjon fra studien, myntet på medieaktører, politikere og myndigheter, samt for aktører i det norske telekommarkedet.

### **Delrapport**

Med utspring i Hovedrapporten planlegges det en etterfølgende 'minirapport' – der "Eldre og bredbånd" vil være tema.

## 2.5 AKTUELLE BRUKERGRUPPER

Bredbåndsmarkedet inkluderer og berører en rekke aktører/tilbydere – enten som aktører/operatører – eller som spillere som benytter bredbånd i tjenesteleveransene. Rapporten er utformet med tanke på grupperinger både innenfor og utenfor det norske telekommarkedet – og er derfor forsøkt skrevet på et språk som bør være forståelig for ulike aktuelle brukergupper....:

- Bredbåndsaktører
- Innholdsprodusenter
- Telekomaktører
- Politikere og offentlig forvaltning
- Infrastrukturleverandører
- Bank og finansnæringen
- Media og nyhetsbransjen



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



---

## 2.6 ENGLISH SUMMARY

This report also has an English Summary – available as a separate document on the web site of Fornyings- og administrasjonsdepartementet and Norsk Telecom AS.

## 2.7 FORBEHOLD

Norsk Telecom AS er et norsk aksjeselskap som på selvstendig og uavhengig grunnlag har utarbeidet denne analysen. Rapporten er en frittstående vurdering av det underliggende tema, som lesere kan benytte sammen med egne observasjoner og vurderinger, og andre eksterne analyser. Norsk Telecom AS har intet ansvar for konsekvenser ved andres bruk av informasjonen i denne rapporten. Kundens bruk av informasjon og konklusjoner presentert i rapporten er derfor helt og holdent kundens ansvar, også overfor en evt 3dje part.



# **”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”**

**SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008**



## **Del II – Status i dag**

**Denne delen av rapporten inneholder bakgrunnsstoff for prosjektet –  
fordelt på flg kapitler...:**

**Det norske bredbåndsmarkedet**

**Produkter og segmentering i dagens marked**

**Hvem er ikke-brukerne?**



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBLIDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 3 DET NORSKE BREDBÅNDSMARKEDET

### 3.1 HISTORISK BAKTEPPE

Moderne bredbånd for massemarkedet (privatmarkedet) ble i Norge i første rekke introdusert gjennom kabelselskapet UPC i annen halvdel av 90-tallet. Opptaket av nye brukere gikk imidlertid sent, og medio 2001 var det kun ca 25.000 internettbrukere i kabelnettene. Dette utgjorde ca 3,5% av kabelnettenes totale abonnentmasse.

Høsten 2000 introduserte Telenor ADSL, men denne introduksjonen ble ikke fulgt opp av markedsmessige tilbud og kampanjer. Etter hvert satte den økende fokus på den langsomme introduksjonen av bredbånd fart i dette markedet. Norsk Telecom AS påpekte da at det labre tempoet i den markedsmessige utrulling av skyldtes at innføring av bredbånd ville føre til en betydelig inntektsnedgang for de toneangivende tellerskrittaktørene.

I august 2001 utarbeidet Norsk Telecom AS en egen bredbåndsrappport for Nærings- og handelsdepartementet, som bl a påpekte at de politiske mål om bredbånddekning av skoler, sykehus, folkebibliotek og kommunesentra innen utløpet av 2002 ikke ville bli nådd med dagens utbyggings- og tilbudstakt.

Myndighetene har deretter kontinuerlig vært på banen for å motivere operatørene til rask utbygging, og djerpe målsettinger har kommet og gått i takt med skiftende regjeringer.

Utfordringene med at utbyggingen har 'ligget foran' brukeropptaket har vært kjent lenge, og denne problemstillingen finner vi igjen i både fast- og mobiltelefoni, datakommunikasjon mv.



Allerede i 2002 gjennomførte Norsk Telecom AS en analyse/ bredbåndsbenchmark for Nordisk Ministerråd, der hovedobservasjonen var at det var et betydelig gap mellom høy/omfattende utbygging uten et korresponderende brukeropptak.



Konklusjonen fra denne analysen var bl a at ...:



- offentlig fokus burde skifte fra utbygging til økt bruk og økt tilbud av 'nyttige tjenester'
- Samtidig ble det anbefalt at telemyndighetene i de nordiske land burde samordne sin telepolitikk og sitt regelverk mht det å gjøre kobbernettet (telefoninet) tilgjengelig for alternative bredbåndsutbyggere på ikke diskriminerende vilkår
- ...og at man sikret at 'televerkene' ikke utnyttet sin markedsposisjon - f eks ved å ta en overpris på grossistproduktene (prisen som andre teleaktører må betale for å få benytte 'televerkene' kobbernett)



I [Vedlegg 1](#) vises konklusjonene fra 2002-studien i større detaljgrad.

### 3.2 FAKTISK UTBYGGING

Fornyrings- og administrasjonsdepartementet følger opp den faktiske bredbåndsutbyggingen i Norge gjennom eksterne analyser. Den nyeste analysen er fra april 2008 og er utført av konsultantselskapet Teleplan. Nedenfor gjengis Fornyrings- og administrasjonsdepartementets presentasjon av den nyeste rapporten på departementets hjemmesider...:

**99,8 prosent får tilgang til bredbånd i løpet av året**



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



99,8 prosent vil ha ett eller flere bredbåndstilbud ved utgangen av året. Dette viser en ny rapport. – Bredbåndsatsingen til regjeringen gir nå resultat. 96000 husstander som ellers ikke ville hatt bredbånd har fått tilkobling takket være offentlige bevilgninger, sier fornyings- og administrasjonsminister Heidi Grande Røys.

- Bredbåndstilgang over hele landet er en forutsetning både for det eksisterende næringslivet og for nye kunnskapsbaserte virksomheter i distriktene. Det er også en forutsetning for et fullverdig elektronisk tjenestetilbud til alle innbyggerne våre uansett hvor de bor i landet. Det å gi alle et bredbåndstilbud er nøkkelen til et samfunn hvor all kan delta, sier Grande Røys.

Rapporten Bredbånd – dekningsanalyse 2008 estimerer at 99,8 prosent vil ha et bredbåndstilbud, fast eller mobilt, ved utgangen av året. 96 000 husstander som ellers ikke ville fått bredbånd levert av markedet, får nå et bredbåndstilbud. 98,8 prosent vil ha tilgang til fast aksess.

- I Soria Moria-erklæringen lovte regjeringen bredbånd til alle. Dette løftet er vi nå i ferd med å innfri, sier Grande Røys.

Regjeringen bevilget 119 millioner kroner i 2006 og 377 millioner kroner i 2007 til bredbåndsutbygging. Tilskuddene fra Regjeringen har samlet utløst investeringer for totalt 850 millioner kroner til bredbånd i landet. Dette inkluderer egeninnsats fra næringsliv, kommuner og fylker.

Rapporten anslår kun virkningen av 2006- og 2007-bevilgningene. De nær 190 millioner kroner Regjeringen har satt av til bredbåndsutbygging på 2008-budsjettet er ikke medregnet. Disse midlene forventes å få full effekt først i 2009.

## 3.3 DE HVITE FLEKKENE

På tross av iherdig innsats blant landets ca 150 bredbåndstilbydere, samt med djerpe politiske mål og til dels med statlige/offentlige bevilgninger er det områder av landet som ennå ikke har bredbåndstilbud...:

Hvite "hull" Dette er områder som ennå ikke er utbygget – ofte i distrikts- og utkant-Norge. Årsaken kan være svakt kundegrunnlag kombinert med høye utbyggingskostnader

Hvite "prikker" Dette er områder der det "offisielt" er bredbåndsdekning, men der enkeltpersoner/husstander av ulike årsaker ikke kan få installert bredbånd – slike områder kan forekomme i byer og tettbygde strøk.

Ett av virkemidlene for å fylle de hvite hullene er bevilgninger gjennom ulike Høykom-ordninger. Gjennom Høykom er det bl a gitt direkte støtte til infrastrukturinvesteringer, for å øke bredbåndstilgjengeligheten i utkant-Norge.

## 3.4 UTBREDELSE

Veksten i bredbåndsmarkedet er nå i ferd med å flate noe ut. Samtidig jobbes det energisk med utbygging av fiberbaserte aksesser – gjerne koblet med leveranse av såkalt Triple Play (samlet leveranse av tv, bredbånd og fasttelefoni). På toppen av dette ser vi nå en voksende tilbud og etterspørsel etter trådløst/mobil bredbånd<sup>2</sup> – der den teknologiske utvikling nå går så raskt at trådløse aksesser snart kan konkurrere på lik linje med "vanlig bredbånd".

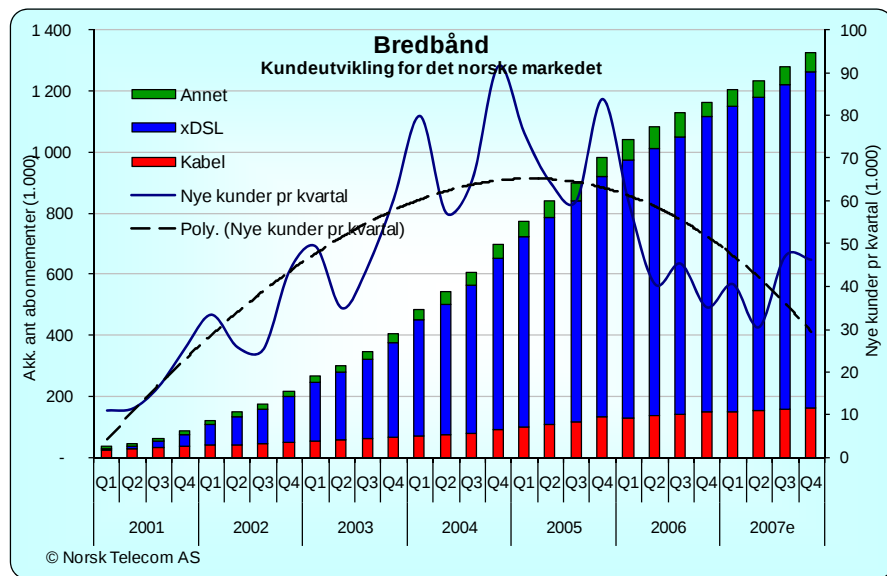
Grafen nedenfor illustrerer utviklingen de siste årene...:

<sup>2</sup> Trådløst/mobilt bredbånd tilbys nå av både ICE, NetCom og Telenor Mobil.

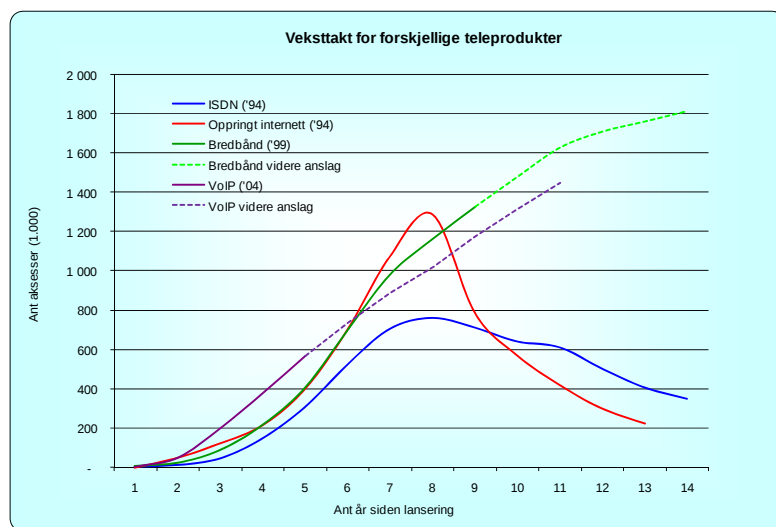


# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Brukeropptaket på denne tjenesten har gått fort, men ikke raskere enn for andre "moderne teletjenester". Grafen nedenfor viser hvor raskt brukeropptaket har vært for en del teletjenester, der "antall år fra lansering" vises i x-aksen. Vi ser at kundeopptak for bredbånd følger trenden fra f.eks. oppringt internett, ISDN privat og VoIP (bredbåndstelefoner)...



## 3.5 TJENESTEUTVIKLING

Bredbåndsaktørene er kontinuerlig på leting etter å lansere nye tjenester og øke sitt inntekstpotensiale, ofte på bekostning av tilbydere av slike tjenester – levert på en annen plattform. To hovedkandidater synes å være taletelefoni og tilbud av tv/film, men trolig finnes mange flere.... Samtidig jobbes det med videre utvikling av en stor flora bredbåndsbaserte tjenester – der bla offentlig forvaltning, næringslivet og skoleverket er viktige aktører.

De elektroniske tjenestene utvikles hurtig og i kjølvannet av dette økes behovet for raskere kommunikasjonslinjer. For det offentlige og næringslivet vil mye av behovet trolig knytte seg til løsninger som effektiviserer kommunikasjonen/dialogen med innbyggere/kunder og reduserer barrieren avstand representerer. Det fører til nye arbeidsformer innen svært mange bransjer. Eksempler er telemedisin, innen bransjer som leteboring (seismikk) hvor ekspertene slipper å være offshore, værdata,



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



overvåkingstjenester, ITS (intelligente transportsystemer), media, nettbaserte samhandlingssystemer osv – og også økt utbredelse av hjemmekontorløsninger. Det offentlige følger opp med at det meste av kommunikasjon med offentlige instanser gradvis skal kunne skje via nettet, hvor ALTINN og MinSide er sentrale løsninger. Verdien av å kunne samarbeide effektivt også over lengre avstander er betydelig, og vil drive kapasitetsveksten i nettet.

Det er vanskelig å spå spesifikt om den fremtidige tjenesteutviklingen. Det som imidlertid er relativt sikkert er at trenden går mot stadig flere og mer avanserte nettbaserte tjenester og også mer båndbreddekrevende tjenester og produkter – f eks...:

- Bredbåndstelefon
- Økende konsolidering = større enheter
- Client/server løsninger (sentralisert drifting)
- Sentralisert lagring
- Hjemmekontor med aksess til hovedkontor – Fjernarbeide - VPN
- Kjededannelser
- Økte sikkerhetskrav
- Vakt- og overvåkingstjenester
- Outsourcing
- Videotelefon
- Webbaserte tjenester
- Nettbaserte applikasjoner og tjenester
- Fjernundervisning
- Telemedisin
- Mer krevende basisapplikasjoner (Office ol)

Hvilke tjenestekategorier som vil være avgjørende for dimensjonering av aksessene er uklart – da alle bedrifter benytter en miks av ulike tjenester – det vil derfor være et samlet båndbreddekonsum hos den enkelte aktør som vil være utslagsgivende for valg og dimensjonering av aksess.

Det miljømessige aspekt vil etter hvert bli mer fremtredende i de fleste bedrifter. Det finnes trolig intet enkelt moment som bedre kan redusere utslipp mm enn telekom – trolig vil vi fremover se en rekke utspill fra telekomsektoren, der dette moment trekkes frem.

Sett i forhold til de til dels store ikke-brukergruppene av bredbånd er det imidlertid lite aktivitet for utvikling av enkle tjenester og 'startpakker' for lavende-delen av markedet. I arbeide med dette prosjektet – "Hvorfor kjøper ikke flere folk bredbånd?" – har Norsk Telecom AS ikke klart å identifisere noen konkret "startprodukter" som er rettet mot ikke-brukere/nybegynnere.

Bredbånd er oppsummert en stadig større maktfaktor i det norske innholds- og kommunikasjonsmarkedet...:

1. bredbånd overtar stadig større andeler av taleabonnement og –trafikk – det er ca 20% bredbåndstelefonitetthet i Norge – nesten dobbelt så høyt som f eks i USA.
2. Programmert (lineært) fjernsyn som medium mister markedsandeler – mer innhold formidles over nettet – NRK har f eks en massiv satsning for å gjøre sitt innhold tilgjengelig på nettet
3. regulært fjernsyn går i økende omfang over bredbånd
4. film- og musikkbransjen opplever redusert omsetning – P2P<sup>3</sup>-aktører 'herjer' med etablerte strukturer

<sup>3</sup> P2P = Peer to Peer → brukere kobler seg sammen og utveksler innhold og informasjon uten at en sentral aktør er involvert



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



5. aviser og media taper markedsandeler og opplagstall – tendensen for mange avishus synes å bli *”if you can’t beat them – join’em”*
6. reklamepengene kanaliseres i stadig større grad via internett/portaler

## 3.6 PRISER OG PRISUTVIKLING

De økonomiske hovedtrendene for bredbåndsbransjen ligger relativt fast – dvs at omsetningen øker, men antall aksesser øker mer. Den årlige reduksjonen av ARPU<sup>4</sup> synes imidlertid å ha flatet ut de siste årene. Dette kan ha sammenheng med at det nå leveres flere tjenester enn regulært bredbånd fra bredbåndsaktørene – slik at totalinntekten pr kunde holder stand mot fallende priser på enkeltprodukter...

På prissiden er det en klar tendens at denne holder seg relativt stabil, på tross av økte hastigheter. Mao synker den effektive prisen på høyere hastigheter. I praksis kan en si at det ikke er betydelig betalingsvilje for høyere båndbredder i dagens marked.

Etter hvert som markedet mettes er det på sikt en reell fare for at markedet kan stagnere hvis ikke operatørene klarer å utvikle og selge nye (tilleggs)tjenester.

Det norske prisbildet er preget av at priskurven flater ut etter hvert som båndbredden øker. Grafene nedenfor viser prisbildet for en del bredbåndsaksesser for to ulike tidspunkter...:

---

<sup>4</sup> ARPU = Average Revenue Per User / snittinntekt pr kunde

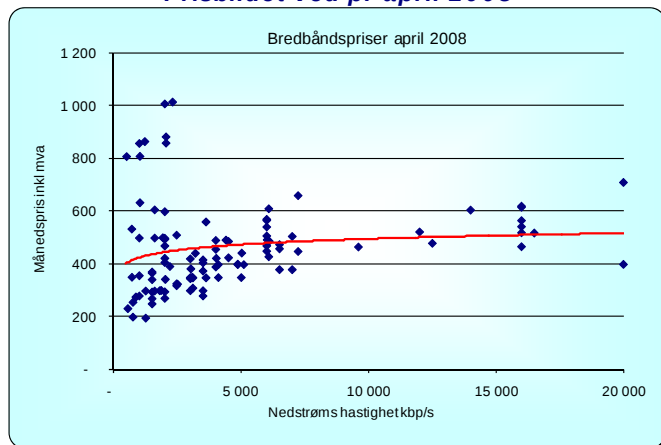


# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

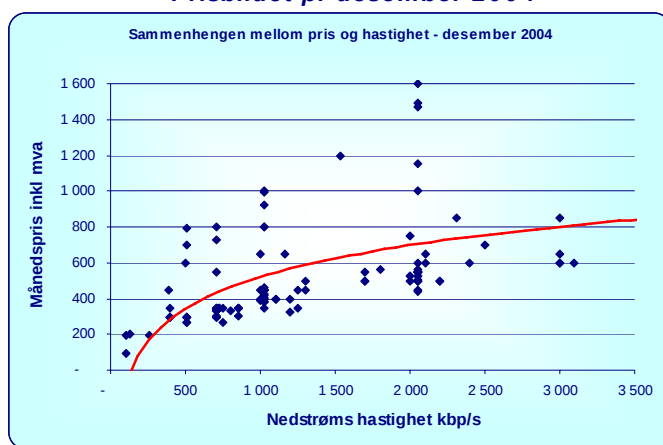
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



**Prisbildet ved pr april 2008**



**Prisbildet pr desember 2004**



Vi ser tydelig at det har vært et markert prisfall i perioden, spesielt på de høyere hastighetene. Likeledes ser vi at det nå finnes et stort antall produkter med høyere hastigheter. Endelig ser vi at den gjennomsnittlige priskurven er blitt mye flatere – det koster altså ikke så mye mer å anskaffe "bredere" bredbånd, og det er prisene for de raske hastighetene som har falt mest.

## 3.7 OPPRINGT INTERNETT

Oppringt internett har vært utgangspunktet for bruken av internett her i landet. På "middagshøyden" var det ca 1,2 mill husstander og bedrifter som benyttet denne kommunikasjonsformen. Med fallende brukerskare synker naturlig nok også trafikkvolumet for denne brukerkategorien. Norsk Telecom AS anslår imidlertid at det i 2007 likevel ble surfet i om lag 1 mrd minutter over oppringt linje.

Ved årsskiftet 2007/08 er det trolig om lag 65.000 abonnenter (3%+ av alle norske husstander) som fremdeles benyttet oppringt linje i Norge. Dette kan bl a ha sammenheng med et visst "etterslep" av gamle abonnementer, men også det faktum at det en rekke steder i landet ikke er mulig å få bredbånd – f eks pga at sentralene er fulle, eller at man bor for langt unna en sentral eller et kabelnett. For noen representerer nok et analogt abonnement også en form for back up løsning, for de tilfellene hvor bredbånd "går ned". Trolig representerer det relativt høye tallet oppringte internettabonnement et etterslep av husstander som ikke har valgt å gå over til bredbånd. En skal imidlertid ha i mente at i alle de brukerundersøkelser som er kjørt, så er det mange som svarer at "bredbånd er ikke tilgjengelig her". Så spørres det om "kunden alltid har rett" eller om det er aktørene som er dårlige til å markedsføre sine produkter og sin tilgjengelighet.

Det er Norsk Telecom AS' vurdering at bruk av oppringt linje for generell surfing og bruk av internettbaserte tjenester gir en mindreverdige brukeropplevelse. F eks er i dag i praksis alle nettaviser mm tilpasset bredbåndshastigheter for tidsmessig overføring av tekst, bilder og levende bilder. Det vil derfor kreve en betydelig tålmodighet dersom en bruker av oppringt internett ønsker å benytte de vanligste nettstedene - f eks avisenes hjemmesider.

## 3.8 BREDBÅND OG POLITIKK

Myndighetene har i en rekke år hatt en aktiv bredbåndspolitikk – i første omgang med offensive (ønske)mål for utbyggingshastighet og deknings-%. Parallelt har det initielt vært et politisk mål at bransjeaktørene skal forestå bredbåndsutbyggingen – uten statlig finansiering eller medvirkning.



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Allerede i 2000 var det offensive mål på bredbåndsutbyggingen i Norge. Handlingsplanen for bredbånd skulle den gangen i korte trekk bidra til:

- «Gode markedstilbud om tilknytning til bredbåndsnett til alle grunn- og videregående skoler, folkebibliotek, sykehus og kommune-administrasjoner innen utløpet av år 2002.»
- «Gode markedstilbud om tilknytning til bredbåndsnett for alle norske husstander innen utløpet av 2004.»
- «I løpet av de kommende fire årene skal Norges befolkning ha tilbud om tilknytning til bredbåndsnett og ha tilgang til bredbåndstjenester i arbeid, utdanning og hjem til rimelige priser.»

Det gikk ikke akkurat slik som politikerne ønsket seg, men etter hvert er Norge blitt et ledende land i verdensmålestokk – når det gjelder bredbåndsutbygging og -tilgjengelighet. Arbeidet med å dekke de siste ”hvite flekkene” på kartet forsetter imidlertid – senest gjennom direkte bevilgninger til utbygging av hvite flekker – gjennom ulike Høykomordninger.

Etter hvert har andre politiske mål for nettutbygging og –bruk kommet opp. I St. meld nr 17 (2006-07) ”Eit informasjonssamfunn for alle”<sup>5</sup> gjengis flg politiske mål fra SoriaMoria-erklæringen...:

**«alle må få tilgang til kunnskap og innsikt som gjør det mulig å delta i de demokratiske prosessene,» og at det skal satsast på «ny universell utformet teknologi og en offensiv IKT-politikk i offentlig sektor».**

Med bakgrunn i dette ser regjeringa behov for blant anna:

- å sikre heile landet eit tilbod om tilknytning til breibandsnett,
- å satse på universelt utforma teknologi,
- å styrkje satsinga på digital kompetanse i befolkninga, og
- å styrkje satsinga på IKT i utdanninga.

St mld 17 kommer opp med i alt ca 50 tiltak som det nå jobbes med – flere av disse treffer problemstillingen med ”Hvorfor kjøper ikke flere folk bredbånd?”.

## 3.9 DET DIGITALE SAMFUNN

Det digitale samfunn byr på både muligheter og utfordringer. Debatten omkring hva som må gjøres, hva som er viktig mm pågår. Begreper som ofte brukes når en skal diskutere bevegelsen mot det digitale samfunn er ...:

- Digital allemannsrett
- Digitale skillinjer
- Digital kompetanse

Nedenfor presenteres disse begrepene nærmere. Gitt dynamikken i det digitale samfunnet, og det faktum at mange mennesker fremdeles står utenfor dette samfunnet, gjør trolig vil det være hensiktsmessig å gjennomgå eller fornye definisjon og innhold i disse begrepene. Dette må ikke minst ses i lys av at de initiale utbyggingsmålene er i ferd med å nås, mens en står til dels langt tilbake mht bruk, brukeropptak og utvikling av den digitale kompetanse. Parallelt vil det trolig være nødvendig å vurdere utbyggingsmålene opp mot behovet for stadig økende overføringskapasitet – det er kanskje kun et tidsspørsmål før ”fiber til alle norske hjem” blir det nye folkekravet...?

### 3.9.1 DIGITAL ALLEMANSRETT

Digital allemannsrett er et uttrykk som etter hvert blir benyttet i ulike sammenhenger. Uttrykket ble opprinnelig lansert av daværende kommunalminister Odd Roger Enoksen

<sup>5</sup> St mld 17 2006-07 kan lastes ned fra FADs hjemmesider på [www.regjeringen.no/fad](http://www.regjeringen.no/fad)



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



tilbake i 1999 – altså før vi hadde det første bredbåndsnett opp i Norge. Den gangen var begrepet knyttet til fremføring av bredbånd til alle husstander i Norge, til lik pris og samtidig.

Fortolkningen av digital allemannsrett varierer nå mellom det at bredbånd gjøres tilgjengelig til alle husstander og bedrifter, til det at alle i praksis har mulighet (inkl forutsetninger/kompetanse) for å kunne nyttegjøre seg innhold og tjenester via bredbånd og internett.

Etter hvert har nok digital allemannsrett blitt stadig oftere benyttet ifm utbygging av bredbånd – ”for å sikre kommunens innbyggere tilgang på bredbånd”, på samme måte som utbygging av strøm og telefon ble gjort tidligere. På Samferdselsdepartementets hjemmesider kan vi f eks lese...:

*Bredbånd er en viktig forutsetning for å sikre bosetting og virksomhet i hele Norge og gjøre det mulig å videreutvikle et kunnskapsbasert næringsliv i alle deler av landet. Regjeringen har et mål om ”digital allemannsrett”. Det betyr at alle skal ha tilgang til grunnleggende teletjenester av høy kvalitet og til rimelige priser. Dette oppnår en ved virksom konkurranse i markedet. I Norge er markedet preget av få, store aktører, til dels vanskelige fysiske forhold for utbygging og spredt bosetting. Myndighetene regulerer markedet for elektronisk kommunikasjon for blant annet å sikre at konkurrerende tilbydere får tilgang til nett eid av aktører med sterk markedsstilling.*

*Det er Fornyings- og administrasjonsdepartementet som har ansvaret for e-norge-politikken, mens Samferdselsdepartementet regulerer de såkalte framføringsvegene for teletjenester og vurderer tiltak for å stimulere utbygging av bredbånd i alle deler av landet.*

*Bredbånd er en viktig innsatsfaktor i det moderne norske samfunnet. Bredbånd hjelper til å redusere avstandsulemper og sikrer aktivitet og bosetting. Regjeringen har som mål at hele landet skal ha tilgang til bredbåndstjenester innen utgangen av 2007.*

Nedenfor følger eksempel på alternativ tolkning av Digital allemannsrett – sakset fra innlegg på [www.nrk.no](http://www.nrk.no)..:

*En god del voksne mennesker har i dag ikke digital kompetanse. Det er en utfordring. Venstre i Kristiansand ønsker å arbeide for en digital ”allemannsrett”. Det betyr at alle byens innbyggere må ha rett til nødvendig hjelp når en trenger å bruke digitale hjelpemidler i forholdet til det offentlige. Alle må få tilbud om grunnopplæring. Og alle må kunne knytte seg til bredbånd i eget hjem. Til dette siste, så er prosjektet Det Digitale Agder i full gang med målsetning om å gi alle på Agder et slikt tilbud.*

*Digital allemannsrett betyr også at alle elever må ha tilgang til PC. Det er et problem mange elever ikke kan sitte hjemme å gjøre sine lekser på PC. Dette skaper klasseskille. Fra i år av innføres gratis PC til alle elever i videregående skole. Også elevene i ungdomsskolen bør få egen bærbare PC. Til utlån - men helst til odel og eie.*

*I dagens samfunn har mange unge stor digital kompetanse. Hvorfor benytter ikke samfunnet denne ressursen bedre? På min arbeidsplass er elevbedriften ”Fiskå kompetanse EB” etablert. 15-åringer har siste skoleåret holdt kurs for voksne i bruk av internett og e-post. En fin gjeng har holdt kurser i bruk av mobiltelefon; SMS, MMS, ta bilder, lagre telefonnummer osv, i samarbeid med eldresenteret i Vågsbygd. Seks av de dyktigste elevene har på kveldstid undervist lærere i ”Its learning”, Kristiansand skolens pedagogiske basisprogram. I dagens kunnskapssamfunn har ungdom noe å tilby den voksne generasjon. Ungdom er bedre enn sitt rykte og må brukes i samfunnsbyggende arbeid. Det er meningsløst at 16 og 17-åringer ikke får lov til å være med å bestemme hvem som skal styre byen eller bygge de bor i. gi dem stemmerett fortest mulig!*

Vi ser altså at Digital allemannsrett fremover kan inkludere flere momenter...:

- Utbygging og bredbåndsdekning
- Kompetanse og forutsetninger for bruk av bredbånd og Internett mm
- Evner til å nyttegjøre seg tjenester og innhold på nettet
- Fremskaffe utstyr og programvare til ”de som ikke har”
- Øke bredbåndsbruken



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 3.9.2 DIGITALE SKILLELINJER

Et annet og etter hvert viktigere begrep i debatten vil trolig bli de såkalte digitale skillelinjer. Disse skillelinjene illustrerer forskjeller i samfunnet vårt...:

- De som har og ikke har
- De som kan og ikke kan
- De som vet og ikke vet
- De om "er med" og de som "er utenfor"

I tillegg til det å kunne tilbys bredbånd/nettilknytning vil den digitale kompetansen være et sentralt moment i den videre utvikling av "det digitale samfunn". En egen Stortingsmelding<sup>6</sup> tar for seg bl a denne problemstillingen – der kan vi lese bl a :

### *Digitale skillelinjer*

*En SSB-undersøkelse fra 2006 viser at blant familier med barn har 92 prosent av husholdningene PC hjemme, mens 86 prosent har tilgang til Internett. Videre viser undersøkelsen at barn fra husholdninger med høye inntekter har bedre tilgang til PC og Internett enn barn fra husholdninger med lavere inntekter. Barn i familier med høye inntekter har jevnt over høyere båndbredde enn lavinntektsfamilier. Andelen husholdninger med tilgang til PC og Internett øker med foreldrenes utdanningsnivå.*

Meldingen har imidlertid hovedfokus på opplæring via skoleverket, og tar i mindre grad for seg den/de grupper som står utenfor det digitale samfunnet – f eks eldre/ pensjonister.

## 3.9.3 DIGITAL KOMPETANSE

Mulighetene for aktiv deltakelse i informasjonssamfunnet er avhengig av både tilgang til, men også kunnskap om den digitale hverdag og de digitale verktøy. Det er fremdeles betydelige deler av den norske befolkningen som ikke har de nødvendige ferdigheter for å kunne ta del i dette samfunnet. En utjevning av digitale skillelinjer er nødvendig for å sikre alle deltakelse i et moderne arbeids- og samfunnsliv. På mange nivåer i samfunnslivet forutsettes det i dag grunnleggende kunnskap om digitale verktøy for å kunne delta som en aktiv borger i samfunnet.

Den digitale kompetansen i Norge er høy ift tilsvarende tall fra andre land. I februar 2008 presenterte Fornyings- og administrasjonsdepartementet tall fra en europeisk undersøkelse på dette området...:

### *Nordmenns digitale kompetanse på europatoppen*

*Nordmenn er mer avanserte brukere av Internett enn de fleste andre europeere. Selv om digitale skiller fortsatt finnes i Norge er generasjonskløften mindre i Norge enn i EU. Dette viser ny statistikk fra EU.*

*Statistikken som er utarbeidet av Eurostat, sammenlikner internettbruken i 29 europeiske land. Undersøkelsen viser at eldre i Norge – og eldre kvinner spesielt - ligger i europatoppen når det gjelder bruk av Internett. 54 prosent av norske kvinner over 55 år bruker Internett ukentlig, mot 19 prosent i EU-landene. Andelen norske menn i samme aldersgruppe som bruker Internett, er 61 prosent, mens det i EU er 31 prosent. Fortsatt er det de unge som bruker Internett mest. 95 prosent i aldersgruppen 16 til 24 år bruker Internett ukentlig, mens 79 prosent av unge innbyggere i EU gjør det samme.*

*- Statistikken viser at vi i Norge har kommet langt i arbeidet med å inkludere alle i informasjonssamfunnet. Dette er bra, men mye arbeid gjenstår fortsatt. Arbeidet vil være høyt prioritert av denne regjeringen også i tiden som kommer, sier fornyingsminister Heidi Grande Røys.*

<sup>6</sup> St.meld. nr. 16 (2006-2007) "… og ingen sto igjen - Tidlig innsats for livslang læring"



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 3.10 ØKT FOKUS PÅ BRUK OG NYTTE?

Utbygging av bredbånd har vært et naturlig mål for politikerne fra 2000 og frem til i dag. Gitt denne prioriteringen har en samtidig i mindre grad fokusert på det faktum at overraskende mange potensielle brukere/husstander ikke har tatt bredbånd i bruk. Mao ”bygges det motorveier, men folk kjøper ikke bil”.

Man kan derfor undres litt på hvorfor utbyggingsmålet har stått så vidt fast i disse årene. Trolig kan man finne forklaringen langs flere akser...:

- Politikk med distriktsprofil har lett for å få gjennomslag i Norge
- Utbygging er relativt lett målbart
- Det er mulig (for politikere) å påvirke måloppnåelsen gjennom egne bevilgninger
- Det har vært et ”populært” tiltak blant bransjeaktører – som får drahjelp og økonomisk støtte til egen virksomhet

Men er fortsatt fokus på bredbåndsutbygging fornuftig offentlig pengebruk? Kunne ressursbruken resultere i større samfunnsnytte hvis de ble brukt på en annen måte – f.eks. til kompetanseutvikling, tilgjengeliggjøring av offentlig informasjon, effektivisering mm? Dette er spørsmål politikere bør stille seg, når det viser seg at 1/3 av norske husstander ennå ikke har knyttet seg til nettet gjennom egne bredbåndsforbindelser.

# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

## 4 PRODUKTER OG SEGMENTERING I DAGENS MARKED

I de fleste markeder tilpasses produkter og tjenester til det kjøpende publikum gjennom produkt differensiering og ditto segmentering av markedet. Innen telekom generelt har vi sett flest eksempler på dette innen mobiltelefonisegmentet, der f.eks. kontantkortet ble lansert for å imøtekomme "lav-ringergruppen" – den gangen var mobiltettheten på ca 50%, og bransjen erfarte en stagnering i salget.

### SKIKKELIG KRAFTIG BREDBÅND - ett bredbånd til alt

**BREDBÅND**  
Skikkelig kraftig bredbånd til Internett og alt du vil gjøre på nettet.  
[Les mer>>](#)  
[Bestill nå!](#)

**TELEFON**  
Kombiner bredbånd og bredbåndstelefon - ring som før bare billigere.  
[Les mer>>](#)  
[Bestill nå!](#)

**DIGITAL-TV**  
Komplett med digital-TV-TV-kanaler i tillegg til film og TV når det passer deg.  
[Les mer>>](#)  
[Bestill nå!](#)

**Prøv NextTV Plenty for**  
**0,-** PR MND I 3 MND  
**INGEN BINDINGSTID**  
**INGEN FORPLIKTELSE**

Har du ikke fasttelefon?

Salgstelefonen: **07979** (kl 8-22 hverdager, kl 10-17 lørdager) [Kontakt skjema](#) [Bestill nå!](#)

| ADSL BREDBÅND MEST FOR PENGENE  |                                   |                                         |                                              |
|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>ADSL 750</b><br>750/250 kbps | <b>ADSL 3000</b><br>3000/300 kbps | <b>ADSL MEGA 4100</b><br>4100/1000 kbps | <b>ADSL MEGA Fri Fart</b><br>20000/1000 kbps |
| <b>199,-</b><br>pr mnd          | <b>299,-</b><br>pr mnd            | <b>349,-</b><br>pr mnd                  | <b>469,-</b><br>pr mnd                       |
|                                 |                                   |                                         | <small>FRI TRÅDLØS RUTER</small>             |

Innen bredbånd har hovedfokus gjennomgående vært på å utvikle stadig raskere og mer avanserte produkter, mens prisen har ligget relativt konstant. Mange av aktørene har tilbudt kostnadsfri oppgradering av hastighet, noe som har medvirket at kundene stort sett har vært relativt stabile, dvs at hastighetsøkning har motvirket "kundegjennomtrekk".

Denne utviklingen har ført til betydelig fokus på økt hastighet og pris. Noen aktører har i tillegg fokusert på nye tjenester/tilleggstjenester som er tilgjengelige for bredbåndsbrukere – f.eks. bredbåndstelefon og fjernsyn, video-nedlasting og spill mv.

Pr april 2008 var det ihht [www.telepriser.no](http://www.telepriser.no) (Post- og teletilsynet portal for benchmarking av teleprodukter mv) kun 7 av de 107 produkter som er listet, som hadde en lavere nedlastingshastighet enn 1.000 kbit/s. Totalt hadde ca 80% produktene en nedlastingshastighet på > 2 Mbit/s i denne oversikten. I en tilsvarende oversikt pr desember 2005 hadde ca 25% av produktene en nedstrøms hastighet på > 2 mbit/s.

VI **SENKER PRISENE** PÅ VÅRE  
RASKESTE BREDBÅNDSABONNEMENT

**Plus**  
**445,-**  
PER MÅNED

**Max**  
**465,-**  
PER MÅNED

|                                                                                     |                 |               |              |                         |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|--------------|-------------------------|-------------------------|
|  | <b>Small</b>    | 2 Mbit        | <b>269,-</b> | <a href="#">Les mer</a> | <a href="#">BESTILL</a> |
|  | <b>Standard</b> | 4 Mbit        | <b>345,-</b> | <a href="#">Les mer</a> | <a href="#">BESTILL</a> |
|  | <b>Plus</b>     | 6 Mbit        | <b>445,-</b> | <a href="#">Les mer</a> | <a href="#">BESTILL</a> |
|  | <b>Max</b>      | Inntil 16Mbit | <b>465,-</b> | <a href="#">Les mer</a> | <a href="#">BESTILL</a> |

Ihht en rask kartlegging foretatt av Norsk Telecom AS våren 2008 var det ingen av de større aktørene som har spesielt identifisert produkter for "nybegynnere", der en f.eks. fokuserte på enkelhet, "plug and play", "one stop shopping" (f.eks. bundlet pc og bredbånd) ol. Heller ikke de typiske databutikkene (Elkjøp, Lefdal, Expert ol) har slike produkter i sine hyller.

Fokus er gjennomgående på "**kraftig bredbånd**" og tilgjengelige tilleggstjenester for bredbåndsbrukere – nedenfor eksemplifisert fra NextGenTels hjemmesider...

Hos noen aktører er pris fokus, og flere aktører har "**lav pris**" som fokus (eksempel fra Tele2).

**Bestill bredbånd i april og få**

- Etablering **KR 0,-**
- Trådløst modem **KR 0,-**
- 5 filmer **KR 0,-**

[LES MER HER](#)

**Vi har senket prisene på våre raskeste hastigheter**  
**Plus** ~~469,-~~ **445,-**  
**Max** ~~519,-~~ **465,-**  
[LES MER HER](#)

**Bredbåndshastigheter for alle behov HVA BRUKER DU NETTET TIL?**  
**Bredbånd fra 199,- PER MND**  
[LES MER HER](#)



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

Få om noen aktører satser på lavende-segmentet og typiske nybegynnere. Dette kunne f.eks. være produktpakker der maskinvare, programvare og bredbånd var bundlet sammen i en ”nybegynnerpakke”.

Hos noen aktører ser vi imidlertid eksempler på tilleggstilbud rettet mot nybegynnere, eller sluttbrukere som har – eller er redd for å få – problemer med sitt bredbåndsabonnement.

## Telenorhjelpen

- ✓ Hjelp hvis problemer oppstår
- ✓ Status for hjemmenettverket ditt
- ✓ Tilgang til Telenors hjelpetjenester

0,- pr mnd



### Løser problemene for deg

Telenorhjelpen gjør det enkelt å få løst de vanligste problemene som dessverre kan oppstå med nettforbindelsen. Telenorhjelpen gir deg tilgang til verktøy for problemløsning, samtidig som du er i kontakt med Telenor Kundeservice eller Telenoreksperten.

[Last ned Telenorhjelpen på online.no](#)

### Prisoversikt

Månedspris 0,-

#### Telenorhjelpen vil hjelpe deg med følgende

- Steg-for-steg-hjelp hvis det oppstår problemer
- Status for hjemmenettverket ditt (inkludert trådløs forbindelse)
- Enkel tilgang til produkter og tjenester
- Direkte innlogging til [Mitt abonnement](#) på online.no
- Supportverktøy for kontakt med kundeservice eller Telenoreksperten
- Hjelp til oppsett av e-postprogram og webmail
- Aktiveres kun ved problemer

## På nett med Bredbåndshjelpen

Vil du ha hjelp hjemme til å installere ditt nye bredbånd? Nå kan du la en profesjonell montør fra en av våre samarbeidspartnere gjøre jobben for deg.

Bredbåndshjelpen kr 898,-

Bredbåndshjelpen gjør alt dette for deg:

- Kobler PC og bredbåndsruter
- Aktiverer bredbåndsruteren
- Kobler opp telefonadapteren til deg som har bestilt NextPhone
- Setter opp e-post
- Setter opp en Internett-leser

For at Bredbåndshjelpen skal få deg på nett må dette være på plass:

- Du har mottatt ruter, tilhørende kabler og eventuell telefonadapter fra oss
- Du har mottatt brukernavn og passord (dette følger med utstyret)
- PC og operativsystem må være av nyere dato (Windows 98 2. edition eller nyere)
- Nettverkskort (ofte er dette allerede i PC-en, hvis ikke kan det kjøpes i butikk som selger datautstyr)

Du kan også få hjelp til en rekke andre oppgaver enn det som er inkludert over hvis det er behov for dette. Du avtaler da dette direkte med Bredbåndshjelpen når han/hun er hos deg. Dette kan for eksempel være:

- Å legge opp nye uttak eller oppgradere eksisterende internt nettverk
- Å koble til eksisterende nettverk
- Å oppgradere PC-en
- Å laste ned eller installere programvare (f.eks. antivirusprogram)
- Å få flere PC-er på nett

Du vil få valg om å bestille Bredbåndshjelpen når du [bestiller bredbånd](#).



Ihht Telenor installerer en stor andel av Telenors bredbåndskunder nå selvhjelpsprogrammet (Telenorhjelpen). Undersøkelser hos Telenor viser at flere tusen kunder får hjelp hver måned til selv å løse vanlige problemer. Erfaringsmessig er et stort antall av disse problemene brukerfeil som kabel trukket ut av PC, problemer med trådløst nett osv. Mao er både tilbyder og kunde fornøyd med tjenesten.

Telenor informerer videre om at over 50% av kundene ved nysalg benytter ”Bredbåndspatroljen” ifm installasjon og oppsett.

Skal bransjen ha sjanser til å komme den siste 1/3-delen av det potensielle sluttbrukermarkedet i møte, må trolig denne typen aktiviteter og andre tiltak rettet mot ”nybegynnerne” intensiveres.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 5 HVEM ER IKKE-BRUKERNE?

### 5.1 INNLEDNING

SSB kartlegger jevnlig bredbåndstettheten i Norge. Kartleggingen gjennomføres basert på telefonintervjuer og på opplysninger fra operatørene. Parallelt kartlegger Post- og teletilsynet en del elementer mht bredbåndsutbredelse – basert på tall fra operatørene.

Norsk Telecom AS bemerker at det fra tid til annen er avvik mellom tall for den faktiske bredbåndstettheten fra disse aktørene – avhengig av hvilken undersøkelse som legges frem, varierer tallet for "faktisk bredbåndstetthet" noe...:

- SSB – "IKT i husholdningene"<sup>7</sup> 67% pr Q2 2007
- SSB – "Internettmålingen"<sup>8</sup> 64% pr Q4 2007
- Post- og teletilsynet – "Halvårsrapport" 59% pr H1 2007

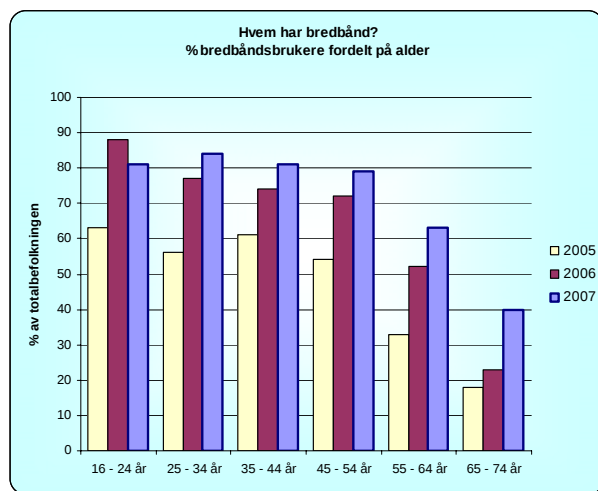
Trolig er Post- og teletilsynets anslag mer presis, siden dette er basert på faktiske abonnementstall fra bredbåndsoperatørene.

Norsk Telecom AS anslår derfor at vi pr årsskiftet 2007/2008 trolig hadde ca 750.000 husstander i Norge (35%) som ikke var tilknyttet internett gjennom en fast kobling (bredbåndstilknytning).

I dette kapitlet gjennomgås og analyseres tallene med kildemessig utgangspunkt i SSBs tallbase pr Q2 2007.

### 5.2 ALDER

Av de mange variablene som SSB benytter i sine kartlegginger viser tallene at alder er den klart mest utslagsgivende variabel når vi skal identifisere hvem ikke-brukerne er.



Tallene viser at "de eldre" utgjør den klart største gruppen av ikke-brukere. Som grafen viser er det kun ca 40% av personer 65 år eller eldre som er tilknyttet bredbånd i hjemmet. Dette utgjør ca 270.000 personer og er den klart største enkeltgrupperingen av ikke-brukere. Siden mange eldre bor alene representerer dette en relativt stor husstandsandel.

Delrapporten "Eldre og bredbånd" går dypere inn i problematikken rundt "eldre og internett".

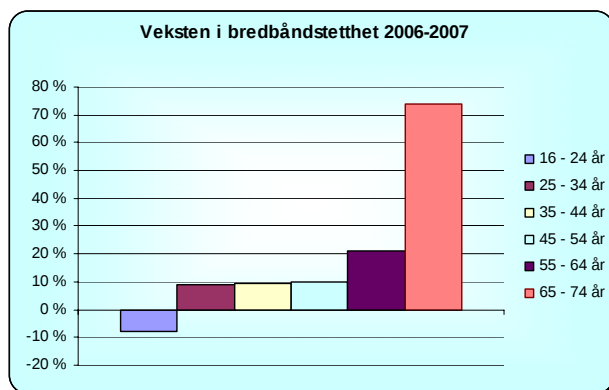
<sup>7</sup> Denne undersøkelsen er basert på telefonintervjuer av ca 2.000 personer våren 2007 – undersøkelsen inkluderer personer i alderen 16-74 (det er ca 355.000 personer i Norge som er eldre enn 74 år) – tallene herfra blir således noe misvisende og ikke direkte sammenliknbare med tall der hele befolkningen tas med.

<sup>8</sup> Denne undersøkelsen baserer seg på informasjon fra bredbåndsaktørene, men inkluderer kun private abonnement, dvs at om en husstand har sitt bredbåndsabonnement via arbeidsgiver, så vil dette ikke telle med. Mao er tallet trolig noe under det reelle bredbåndstallet for private husholdninger.



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

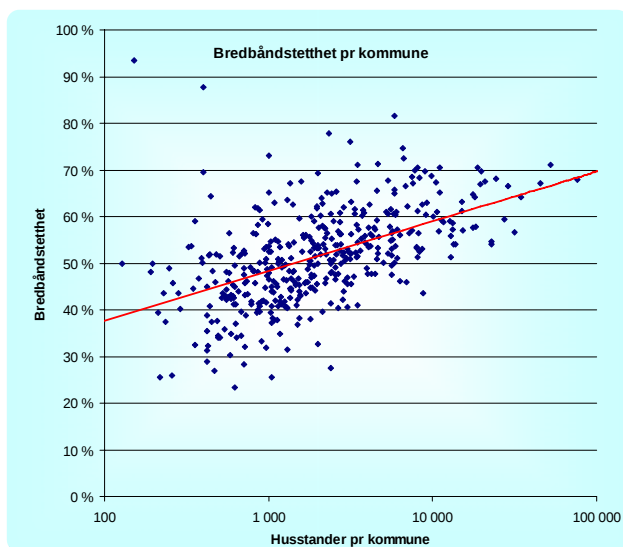
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Siden 2006 har vi sett en god vekst i bredbåndsbruken hos de eldre, med klart sterkest %-vis vekst fra 2006 → 2007.

## 5.3 GEOGRAFI

I vårt langstrakte land er det som oftest regionale forskjeller innen ulik tjenesteyting og – bruk. Så også mht bredbånd. Kartlegginger viser at det er til dels markerte forskjeller mellom ”by og land” når det gjelder utbredelse av bredbånd i hjemmet.



Grafen viser sammenhengen mellom bredbåndstetthet og kommunestørrelse.

Vi ser klart at bredbåndstettheten er større i kommuner med mange husstander.

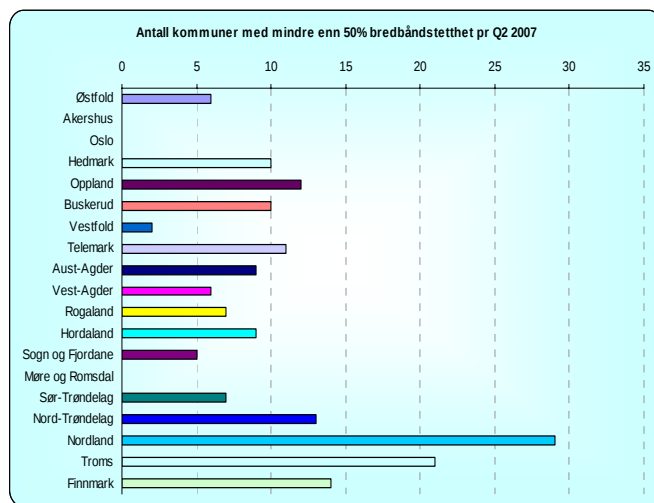
OBS – X-aksen i diagrammet er på logaritmisk skala.

Grafen nedenfor viser hvor mange kommuner pr fylke som har mindre enn 50% bredbåndstetthet pr Q2 2007. Totalt utgjør dette ca 180 av Norges vel 430 kommuner – altså hadde 41% av kommunene en bredbåndsutbredelse på mindre enn 50% pr Q2 2007.



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

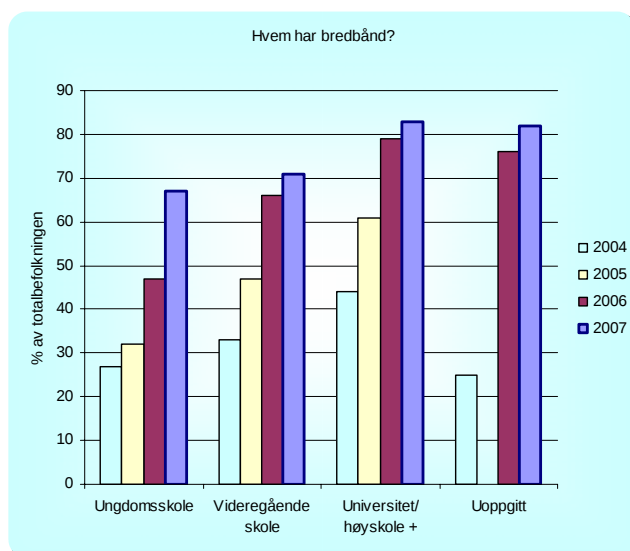
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Vi ser en klar trend hvor bredbåndstettheten blir dårligere det lenger nord i landet en kommer.

Om vi legger sammen tallene f.o.m. Møre og Romsdal og nordover finner vi halvparten av de kommunene som har < 50% bredbåndstetthet.

## 5.4 UTDANNINGSNIVÅ



Om vi splitter bredbåndsbrukerne på utdanning så ser en ikke overraskende at det er personer med høy utdanning som er de ivrigste bredbåndsbrukerne. Forskjellene er imidlertid etter hvert ikke så store, og i snitt har 67% av personer med ungdomsskole som høyeste utdanning tatt i bruk bredbånd/internett i hjemmet.

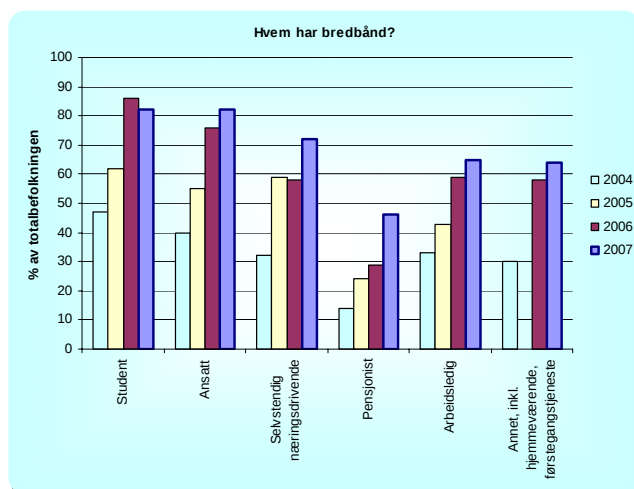


# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

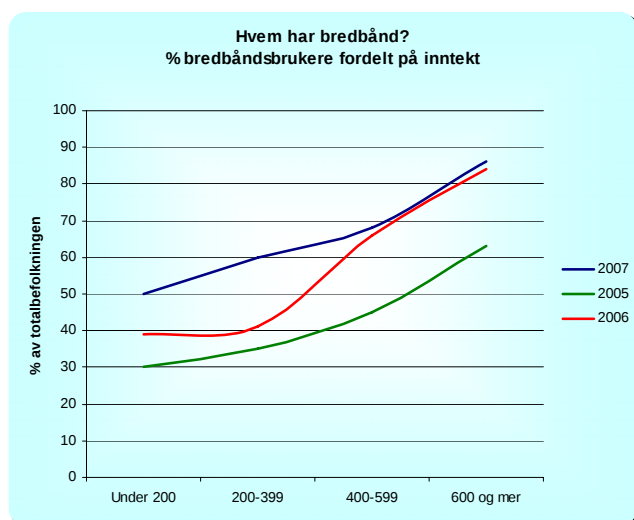


## 5.5 ARBEIDSSITUASJON



Når vi ser på arbeidssituasjonen ser vi klart at pensjonistene faller bak mht bredbåndsbruk. For øvrig ser vi at det ikke er en stor forskjell mellom personer som er i arbeid og personer som er arbeidssøkende.

## 5.6 INNTEKT



Ikke overraskende er det personer med høy inntekt som er de ivrigste bredbåndsbrukerne. Vi ser imidlertid at det i løpet av det siste året har det vært en markert økning av brukere hos personer i de laveste inntektsklassene.

Fordelingen kan indikere at pris er en viktig variabel når husstander vurderer kjøp av pc/bredbånd i hjemmet.

## 5.7 ANDRE VARIABLE

Kjønn er en variabel som slår ut – pr Q2 2007 fordelte bredbåndsbruken seg slik mellom kjønnene...:

- Menn – 78%
- Kvinner – 70%

Familiesituasjon – dvs familie m/u barn slår klart ut. Bildet pr

- Familie m barn – 80%
- Familie uten barn – 59%

SSBs tallinnsamling fanger ikke opp hvorledes situasjonen er for enslige.

En annen svakhet ved SSBs kartlegging er at en ikke spør om etnisk bakgrunn hos respondentene. Dette gjør at man ikke kan fange opp om det er forskjeller i bredbåndsbruk hos etniske nordmenn og våre nye landsmenn. Norsk Telecom AS' vurdering er at innvandrere er overrepresentert blant ikke-brukere av hjemmeinstallert



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



bredbånd. Dette kan bl a underbygges med at mange internettkaféer hovedsaklig benyttes av innvandrere. Likedes er innvandregrupper ofte de ivrigste brukerne av internettilknyttede pc'er på bibliotekene rundt omkring.

## 5.8 SLUTTBRUKERUTRUSTNING

En forutsetning for å kunne bruke bredbånd er at en har en egen pc i hjemmet. Ca 18% av husholdningene hadde pr Q2 2007 ikke tilgang til egen pc i hjemmet. Av husstander med en inntekt på under 200.000 var det ca 34% som ikke hadde pc. For familier uten barn var andelen 23%.

Denne gruppen er naturlig nok ikke bredbåndsbrukere pt. Norsk Telecom AS anslår i tillegg at en god del hjem har pc'er som de facto er teknologisk utdatert – og derfor ikke kan eller er lite egnet til å benytte sammen med en bredbåndstilknytning.

## 5.9 OPPRINGT LINJE

Ca 11% av de hjem som ikke har bredbånd installert benyttet pr Q2 2007 oppringt linje (analog/ISDN) for å komme i kontakt med nettet. Mange bredbåndsbrukere har i tillegg fremdeles sine abonnement på oppringt linje aktive (avhengig av abonnement koster det jo ofte ingen ting å ha et oppringt internettabonnement).

Ved årsskiftet 2001/2002 hadde vi anslagsvis oppunder 1,2 mill husstander på nett. Av disse benytter ca ½-parten ISDN. I Norge hadde vi da ca 1,9 mill husstander – hvilket indikerer en privatpenetrasjon på noe over 60%.

## 5.10 OPPSUMMERING

Ca 35% av norske husstander er ved årsskiftet 2007/2008 ikke tilknyttet internett gjennom en fast linje (bredbånd). Innen denne gruppen benytter fremdeles ca 11% av husstandene oppringt linje (ISDN/analog telefon) for å benytte internettbaserte tjenester.

Det er stor forskjell mellom ulike segmenter blant sluttbrukere. Flg grupper skiller seg ut med større andeler ikke-brukere enn gjennomsnittet...:

- De eldre – blant aldersgruppen 65-74 er det kun 40% bredbåndsbrukere
- Personer i distriktene – det er en klar sammenheng mellom antall hustander i en kommune og bredbåndstettheten – det er ca 190 kommuner med <50% bredbåndstetthet i Norge – av disse ligger ½-delen fra Møre og Romsdal og nordover.
- Familier uten barn er vesentlig mindre på nett enn de med barn
- Familier med de laveste inntektene er de minst ivrige nettbrukere

SSB, som gjennomfører periodiske kartlegginger av brukere og ikke-brukere, har hittil ikke inkludert *etnisk bakgrunn* som en variabel i sine undersøkelser. Norsk Telecom AS er av den oppfatning at det er grunn til å anta at bredbåndstettheten blant innvandrersfamilier er lavere enn landsgjennomsnittet – bl a basert på den inntektsmessige bakgrunnen for dette segmentet.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## DEL III - Brukerkartlegging

Norsk Telecom AS har i samarbeide med TNS Gallup gjennomført en spørreundersøkelse blant ikke-brukere, brukere og bransjeaktører. I alt har ca 1.100 personer deltatt i undersøkelsen, som har bestått av utfylling av et spørreskjema med i alt 51 enkeltspørsmål fordelt på flg 6 hovedområder...:

1. Hva er årsaken til at du ikke har installert bredbånd hjemme?
2. Hva ville vært viktig for deg dersom du skulle anskaffet deg bredbånd?
3. Hvilke funksjoner og tjenester mener du vil være til størst nytte for deg som ny nett-bruker?
4. Hva kan bransjen gjøre for å få opp bredbåndstettheten og -bruken i det norske samfunnet?
5. Hva kan det offentlige gjøre for å få opp bredbåndstettheten og -bruken i det norske samfunnet?
6. Hvorfor er det så viktig at flest mulig har bredbånd / er tilknyttet nettet?

Spørsmålsstillingen var for alle de spurte vinklet slik at man svarte hva man mente/trodde om ikke-brukere. I tillegg har det vært mulig for respondentene å komme med egne kommentarer pr hovedspørsmål – og det er mottatt ca 1.500 'fristil' kommentarer. Undersøkelsen er gjennomført på web, eller ved manuell utfylling av papirskjemaer.

Undersøkelsen er supplert med informasjon innhentet gjennom intervjuer og møter med brukergrupper, ikke-brukere, referansepersoner i senior-bevegelsen og i innvandrer miljøet, hos teleaktører mm.

Del III av rapporten presenterer og analyserer resultatene fra undersøkelsen. I tillegg presenteres tall og betraktninger rundt "hvem er ikke-brukerne"?



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 6 HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?

### 6.1 INNLEDNING

På tross av vedvarende høy fokus på bredbåndsutbygging, og jevnlig kartlegging av denne – så har det vært tilsvarende lav fokus på faktisk bredbåndsbbruk og hvorfor folk evt ikke går til anskaffelse av bredbånd og knytter seg til nettet.

SSB har i sine undersøkelser trukket frem flg hovedårsaker til at folk ikke skaffer seg bredbånd i hjemmet (tall pr Q2 2007)...:

1. Bredbånd ikke tilgjengelig i området (38%)
2. Har ikke behov (34%)
3. Har tilgang andre steder (10%)
4. For dyrt (9%)
5. Andre årsaker (13%)

Analysene har imidlertid ofte fått lav oppmerksomhet i media og blant bransjeaktører. Heller ikke på den politiske arena har problematikken rundt ikke-brukere fått vesentlig oppmerksomhet.

Siden analyser fra bl a Teleplan viser at vi nå har >98% bredbåndsdekning her i landet, er det oppsiktsvekkende at så mange som 38% av ikke-brukere opplever at det ikke er bredbåndsdekning eller –tilbud der de bor.

I den underliggende datainnsamling i prosjektet "Hvorfor kjøper ikke flere folk bredbånd?" presenteres tre ulike grupper for de samme spørsmålene/ spørsmålsstillingene. Flere av spørsmålene avdekker at manglende kunnskap om problemstillingene gjør at ikke-brukere trolig svarer at "...*dette* er ikke så viktig", mens bransjeaktørene og bredbåndsbrukere legger økt vekt på spesielle momenter. I noen tilfeller kan det godt være at det er bredbåndsbrukerne som "har rett", mens ikke-brukere trolig ikke vet nok til å kunne gi et fullgodt og "riktig" svar.

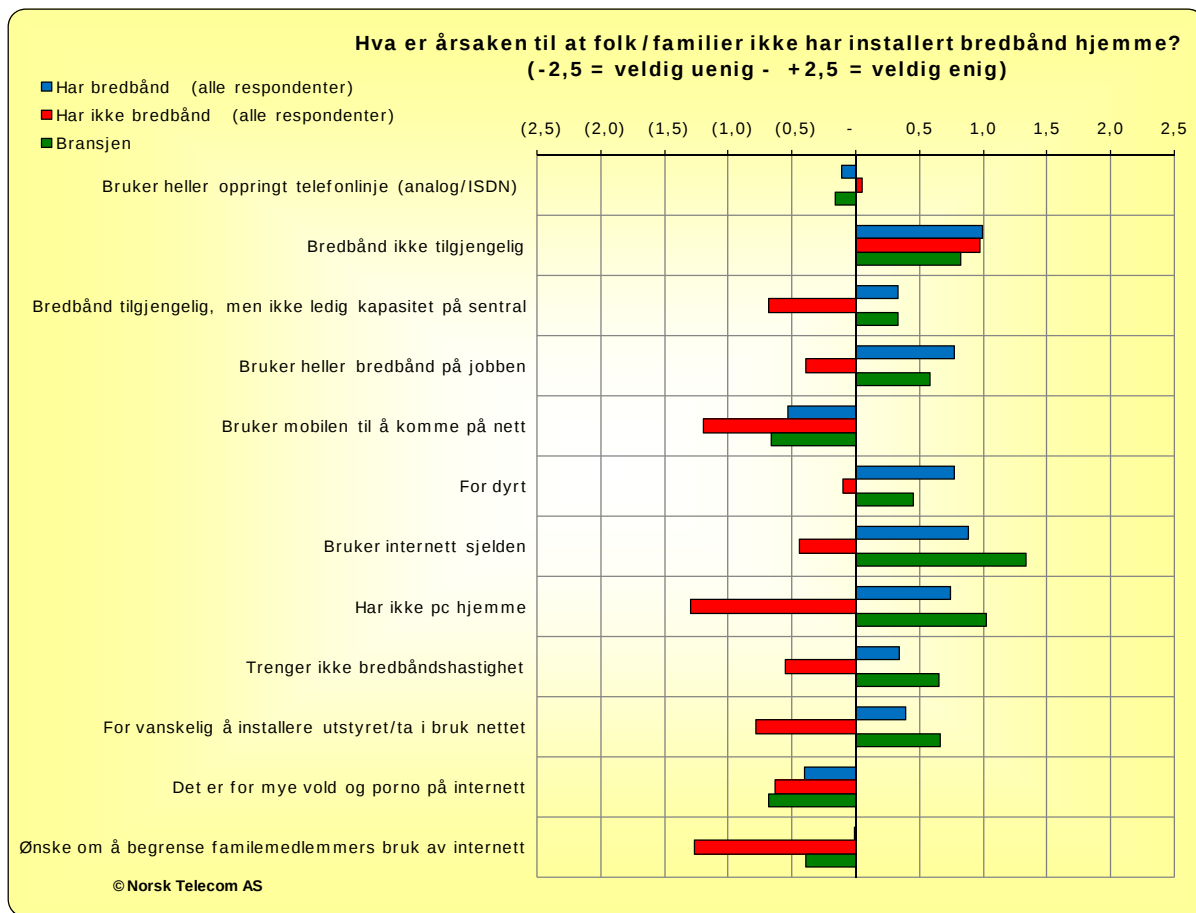
### 6.2 RESULTATER

Norsk Telecom AS' undersøkelse og analyse viser at bildet er svært sammensatt, spesielt når en ser nærmere på enkeltgrupper. Resultatene fra arbeidet viser at både pris, tilgjengelighet og kompleksitet/kompetanse er viktige faktorer. Hovedtallene for alle tre svargrupper er vist nedenfor...:



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Det første som slår en er at det er betydelig sprik mellom hhv...:

- Brukere av bredbånd
- Ikke-brukere av bredbånd
- Representanter for det norske telekommarkedet ("bransjen")

Alle personer er blitt spurt om det samme – dvs "hva tror du om ikke-brukerne?" Men så vel bransjeaktørene som vanlige bredbåndsbrukere har ofte en annen oppfatning av ikke-brukere enn ikke-brukerne selv! Det bør gi grunn for en porsjon selvransakelse på bransjenivå!

Ser vi på hva ikke-brukere føler er hovedgrunnen til at de ikke har gått til anskaffelse av bredbånd er de viktigste momentene...:

- At (man tror at) det ikke er tilgjengelig bredbånd der de bor
- At de heller bruker oppringt linje når de skal på nett
- At de synes at bredbånd er for dyrt

Oppfattelsen av "bredbånd ikke er tilgjengelig" sammenfaller med resultater både fra SSBs kartlegging og Teleplan-analysen (se kap 6.3 nedenfor). Gitt at dekningsanalysene som Fornyings- og administrasjonsdepartementet jevnlig bestiller viser at vi nå har en bredbåndsdekning på nærmere 99%, gir disse funn grunnlag for å se nærmere både på de analyser som gjennomføres, men også på den markedsføring og kundeservice aktørene gjennomfører.

Vi ser ellers at både bredbåndsbrukerne og bransjerepresentantene "tror" at ikke-brukere f eks ikke har pc og at de bruker internett sjelden, samt at de er redde for "farlig



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

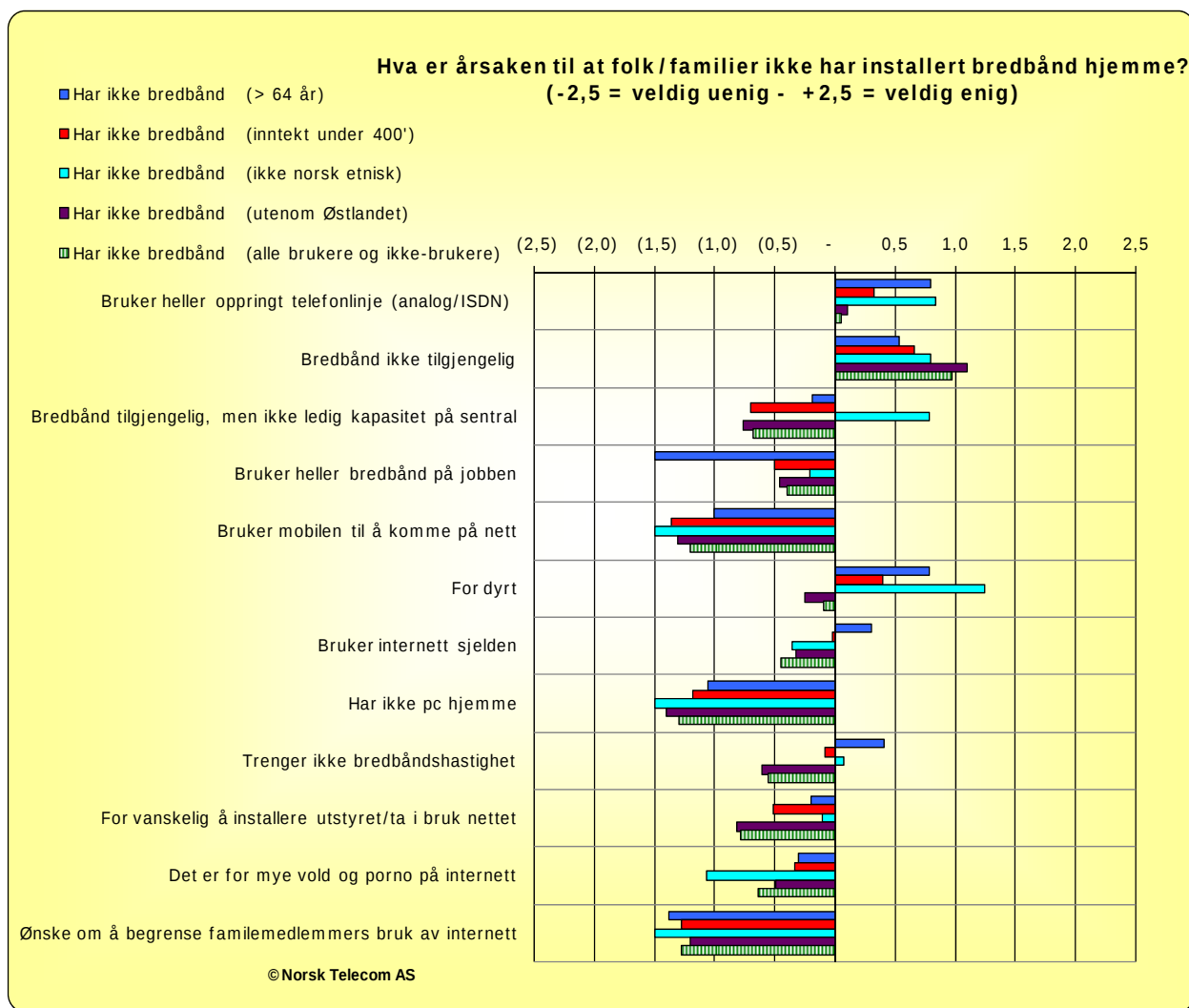
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



innhold" – men slik er det altså ikke ihht til de svar og den input som er samlet inn i dette prosjektet....

I intervjuer med spesielt de eldre kommer det frem at det er betydelige tekniske utfordringer for mange av dagens bredbåndsbrukere. Dette gjelder i første rekke egen utrustning (pc/programvare) – og ikke selve bredbåndstilknytningen. Manglende kompetanse er også en vesentlig "brems" i bredbåndsoptaket. Her er det trolig mye ugjort, og fornyet fokus bør rettes mot de grupper som i dag står utenfor det digitale samfunnet.

Om vi plukker ut typiske ikke-bruker-segmenter får vi et mer nyansert bilde av spørsmålsstillingene ovenfor...



I de utvalgte grupperingene ser vi at for høy pris blir trukket frem som et argument for ikke å installere bredbånd. Samtidig benytter mange av disse personene seg av oppringt internettoppkobling.

Vi ser også at innvandrerne oftere opplever at "det ikke er plass i sentralen". Dette kan ha sammenheng med at innvandrere oftere bor i byer/tettbygde strøk, områder der det ofte registreres plassproblemer på xDSL-sentralene. Ellers ser vi at også disse segmentene sier de har pc hjemme.

Mange av de verbale svarene fra ikke-brukere faller i de typiske kategoriene..:



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



- Ikke bredbånd der jeg bor...
- Ikke plass i sentralen...
- Dårlig service hos leverandører – har bestilt, men ingen ting skjer
- For dyrt...
- Trenger ikke...

Når vi tar i betraktning innspill fra de som ikke har bredbånd ser vi at andre momenter også teller inn – ikke-brukere...:

- ..synes dette er for komplisert - egen kompetanse strekker ikke til
- ..ønsker bistand ifm installering og igangsetting
- ..er redd for at maskinen skal stoppe opp – og at de ikke kan komme seg ut av slike situasjoner
- ..er misfornøyd med pc-leverandør mht service og hjelp

Nedenfor er klippet inn noen av kommentarene fra respondentene...:

| <b>Spørsmålsgruppe - "Hvorfor kjøper ikke folk bredbånd?"</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Respondentkategori</b>                                     | <b>Kommentar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Har bredbånd                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Læringskurven blir for bratt for de gamle, og "you can't teach an old dog new tricks". Bestemora mi har nok problemer med å bruke fjernkontrollen. En PC blir alt for vanskelig.</i></li><li>• <i>Manglende markedsføring om nytten av bredbåndstilbud. Hva kan man faktisk bruke bredbånd til.</i></li><li>• <i>En del har hverken e-mail eller datamaskin. Merker dette når man blant skoleklassene skal distribuere informasjon til foreldrene. Da er det hver gang 2-5 familier pr. klasse som ikke har e-mail og må ha ranselpost.</i></li><li>• <i>Mange gamle pcer fra slutten av nittitallet rundt omkring. Særlig fra den tiden da "Hjemme-pc-ordningen" var utbredt/populær. Fra rundt 1998. Tipper at mange ser på det som en stor investering å gå til anskaffelse av både ny pc og bredbånd. Særlig da de allerede kan sjekke e-posten på den gamle maskinen. De er ikke helt klar over hva de går glipp av med ISDN / telefonlinjen sin.</i></li><li>• <i>Eldre ser ikke behovet og er redd for terskelen til å ta i bruk dette medie.</i></li><li>• <i>Folk litt opp i årene har redsel for dagens PC-verden. Hvordan overvinne en terskel med opplæring og vekke interesse hos denne brukergruppe?</i></li><li>• <i>Det er vel mange som skulle ønske de aldri anskaffet TV..., tror nok noen ønsker FRI SONE hjemme. Tror også det finnes ett "frykt" problem, det er lettere å forklare at man ikke er på nett, enn å forklare at man ikke forstår seg på mail, msn, Facebook etc.</i></li><li>• <i>Angst for datamaskiner. Mange føler det ydmykende at de er digitale analfabeter. Skafter seg derfor ikke verken PC eller bredbånd.</i></li><li>• <i>Mennesker som ikke har vært i jobb eller som ikke er en del av sosiale nettverk kan være redd for å ta i bruk alt som er nytt i frykt for å ødelegge det. De fleste behandlingssenter burde ha dette i tankene både når det gjelder barn som har opplevd traumer og voksne som av en eller annen grunn ikke er kommet like langt i sin</i></li></ul> |



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



| <b>Spørsmålsgruppe - "Hvorfor kjøper ikke folk bredbånd?"</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Respondentkategori</b>                                     | <b>Kommentar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Har ikke bredbånd                                             | <p>personlige utvikling som samfunnet ellers - opplæring og bruk av internett kan øke deres selvkjennelse og komme i kontakt med mennesker de ellers aldri ville ha turt å komme i kontakt med</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kan litt lite om det, så det kan være vanskelig å spørre om hjelp når man ikke riktig vet hva man skal spørre etter</li><li>• Har forsøkt å få bredbånd, men ingen leverandører kan levere fordi vi ligger ca 8 km fra sentralen, som er for langt unna. Skulle ønske det fantes muligheter for oss til å få det. Synes det er rart at det satses på bredbånd til hytter som ligger lenger unna i bygda (Synnfjellet), mens vi som bor her ikke kan få!!! Dette bør det gjøres noe med.</li><li>• Det er først og fremst altfor dyrt. I tillegg er det vanskelig å finne frem i jungelen av tilbud, mht hva blir billigst for meg - samt hva som trengs for å installere, muligheten til å bytte firma hvis misfornøyd- uten straffegebyrer</li><li>• Bor i alt for "grisgrendt" område (Oslo vest)...!! Det firmaet som fikk det norske telenettet i gave av politikerne har ingen konkurrenter og dermed antakelig ikke noe behov for å investere i teknologi som er på vei ut.</li></ul> |

## 6.3 ANDRE UNDERSØKELSER

### 6.3.1 SSB – IKT I HUSHOLDNINGENE (2007)

SSB kartlegger jevnlig bruken av IKT og bredbånd blant norske husstander. Nedenfor gjengis noen av de overordnede kommentarene ifm presentasjonen av de nyeste tallene på [www.ssb.no](http://www.ssb.no) (høsten 2007)..:

26 prosent av befolkningen har ikke bredbånd hjemme. Av disse oppgir 38 prosent at bredbånd ikke er tilgjengelig i området. 34 prosent viser til at de ikke har behov for bredbånd, mens bare 9 prosent viser til at det er for dyrt. 10 prosent oppgir å ha tilgang andre steder, mens 13 prosent oppgir andre grunner. Av husholdningene med en familieinntekt på under 200 000 kroner spiller økonomien en betydelig rolle. 64 prosent i denne gruppen viser til at utgiftene til Internet blir for høye. Av familier med barn oppgir halvparten manglende tilgjengelighet som årsak.

Det er fortsatt et betydelig potensial for mer bruk av Internet. 27 prosent av befolkningen oppgir at de ville foretrukket å bruke Internett mer enn i dag. Årsakene til at de ulike gruppene bruker Internet mindre enn ønsket, er imidlertid nokså forskjellige. Liten tid er årsaken som nevnes oftest, av 62 prosent. Det er imidlertid bare 30 prosent av aldersgruppen 65 til 74 og 19 prosent av de arbeidsledige som oppgir denne grunnen. Mangel på egne ferdigheter eller kunnskaper nevnes av 46 prosent, mens det bare er 19 prosent av de mellom 16 og 24 år som nevner dette. For dårlig overføringskapasitet nevnes av 27 prosent, mens 40 prosent av den yngste aldersgruppen og 45 prosent av studentene viser til dette. Sikkerhetsgrunner nevnes av 24 prosent, et argument som oftest brukes av den eldste aldersgruppen og selvstendig næringsdrivende. Mangelfulle språkkunnskaper nevnes av 18 prosent og blir mer avgjørende med alderen.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

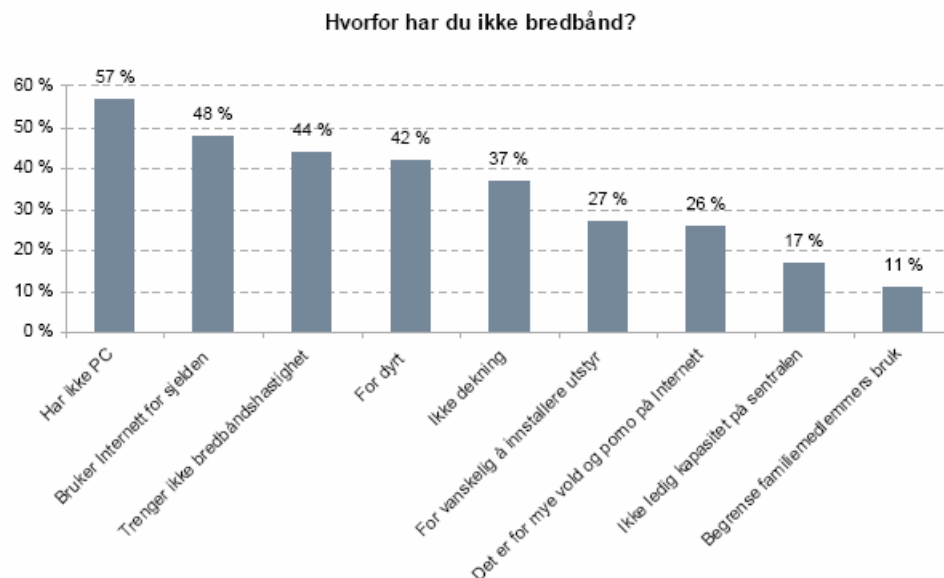
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 6.3.2 TELEPLAN-UNDERSØKELSE SEPTEMBER 2007

Konsultentselskapet Teleplan gjennomførte i sept 2007 en undersøkelse om bredbånd<sup>9</sup>, der en også dekket inn problemstillinger rundt "de bredbåndsløse". Ihht Teleplans analyse var hovedårsaken til at folk ikke hadde bredbånd at...:

- De hadde ikke pc
- De brukte internett sjelden
- De trengte ikke bredbåndshastighet
- Det var for dyrt



Nedenfor gjengis et utdrag fra Teleplan-rapporten – der "de som ikke har bredbånd" omtales nærmere...:

*Av de som ikke har en PC med Internett-tilgang oppga 57 prosent at mangel av PC var en viktig grunn til at de ikke har bredbånd hjemme. I følge SSB mangler totalt 15 prosent av husstandene PC hjemme. Dette gjelder i størst grad eldre brukere, samt husstander med lav inntekt og lavere utdanning. Det er også en stor grad singel-husholdninger som ikke har PC. For disse vil det være en relativt stor investering å anskaffe bredbånd, ettersom de først må investere i en PC.*

*En god del av brukerne mener de ikke har behov for bredbånd. Enten fordi de bruker Internett for sjelden, eller fordi deres Internettbruk ikke krever bredbåndshastighet. Dette gjelder i størst respondenter over 60 år, men også de under 30 år hevder i stor grad å ha lite behov for Internett. Inntekt ser ikke ut til å ha noen stor påvirkning på behov, men husholdninger med få personer har i mindre grad behov enn husholdninger med flere personer.*

*Over 40 prosent av respondentene synes bredbånd er for dyrt. Respondentens inntekt ser i liten grad ut til å ha betydning for svaret, men respondenter under 30 år samt respondenter mellom 40 – 49 år ser i større grad enn andre aldersgrupper ut til å være opptatt av pris.*

*Et overraskende resultat er at 38 prosent av de som ikke har bredbånd tror de ikke har dekning der de bor. Det er i størst grad yngre respondenter som tror de mangler bredbåndsdekning. ...*

*Nær 30 prosent av respondentene mener installasjonen av bredbånd er for vanskelig. Kvinner synes i større grad enn menn at dette er vanskelig, og yngre brukere (under 30 år) synes i større grad enn eldre brukere at installasjonen er for vanskelig. Videre synes husstander med lav inntekt dette er vanskeligere enn husstander med høy inntekt. Også utdanning synes å påvirke i hvilken grad man synes installasjonen er vanskelig – respondenter med høy utdanning ser ut til å synes installasjonen er enklere enn respondenter med lav utdanning.*

<sup>9</sup> "Bredbåndsundersøkelse september 2007 - de som har – og de som ikke har" – Teleplan



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



*Om lag en fjerdedel av respondentene oppgir for mye vold og porno som en viktig grunn til at de ikke har bredbånd. Kvinner synes i større grad å være opptatt av dette enn menn, og det er hovedsakelig brukere under 30 år som synes det er for mye vold og porno på Internett.*

## 6.3.3 DANSK UNDERSØKELSE OM IKT-KOMPETANSE

Utilstrekkelig kompetanse er trolig en av hovedårsakene til at mange ikke anskaffer pc/bredbånd. Teknologisk Institutt i Danmark utarbeidet våren 2007 en rapport<sup>10</sup> som tok for seg det danske folks IKT-kompetanse. Undersøkelsen har gruppert de danske borgerne i 4 ulike kompetansegrupper / "færdighedsniveauer"...

- Niveau 3: "de bedste": Score fra 71-100
- Niveau 2: "de middelgode": Score fra 41-70
- Niveau 1: "de svage": Score fra 0-40
- Niveau 0: "har aldrig brugt en computer"

Ihht analysen har danskene en samlet gjennomsnittlig score på 47 poeng, men oppnådd poengsum varierer betydelig mellom de forskjellige typer av IKT-ferdigheter. Ihht undersøkelsen er det ca 20% av Danmarks voksne befolkning som aldri har brukt en datamaskin (nivå = 0).

Avisen Politiken kommenterte i oktober 2007 rapporten på flg måte...:

### ***Danskerne er digitale analfabeter***

*Trods nyudnævnelsen til 'verdens bedste it-nation' er fire ud af ti danskere så dårlige til at bruge en computer, at det koster samfundsøkonomien 79 milliarder kroner om året. Selv om Danmark for nyligt blev udråbt til verdens bedste it-nation, er op mod 40 procent af danskerne så dårlige til at begå sig i den digitale verden, at de kan betegnes som digitale analfabeter. De kan ikke vedhæfte en fil på en mail, åbne en netbank eller en digital signatur, udfylde deres digitale selvangivelse eller bare bestille en billet over nettet. Danskernes digitale mangler giver kæmpe udgifter for samfundet. Teknologisk Institut vurderer, at hvis danskerne gjorde brug af de tjenester, det offentlige og virksomheder tilbyder på nettet, ville det danske samfund spare op mod 79 milliarder kroner om året. Det svarer til fem procent af bruttonationalproduktet.*

### ***Under niveau***

*Gruppen af it-svage danskere er fortrinsvis ældre og lavtuddannede, som ikke er vokset op med computer i hjemmet. Men selv om det forholder sig anderledes for nye teknologistærke generationer, så vil problemet alligevel vokse. Teknologisk Institut spår, at tre ud af fire danskere om bare fem år vil have et itniveau, som ligger langt under det, som det kræver at være borger i Danmark anno 2012. Problemet er det samme i resten af EU. 40 procent af alle europæerne er digitale analfabeter, og det kan både på kort og lang sigt få alvorlige konsekvenser, alarmerer EU-kommissær for informationssamfundet Viviane Reding:*

*»Europa risikerer at efterlade millioner af europæere uden for informationssamfundet«, siger Viviane Reding til Politiken.*

## 6.3.4 NORSK UNDERSØKELSE OM IKT-KOMPETANSE

VOX ([www.vox.no](http://www.vox.no))<sup>11</sup> har gjennomført en undersøkelse i Norge<sup>12</sup> som er tilnærmet identisk med den som er gjennomført i Danmark. Foreløpige resultater fra undersøkelsen ble presentert på konferansen e-borgerskap 2008 i mars 2008. Studien viser at nordmenns IKT-kunnskaper ligger noe over danskenes, men at mønsteret fra Danmark kan gjenkjennes i de norske tallene. Hovedkonklusjonene fra det norske arbeidet er...:

- *IKT-ferdighetene totalt kan sies å være gode, men det er store forskjeller mellom nivåene*

<sup>10</sup> "Borgernes IKT-ferdigheter i Danmark" – Teknologisk Institut – Januar 2007

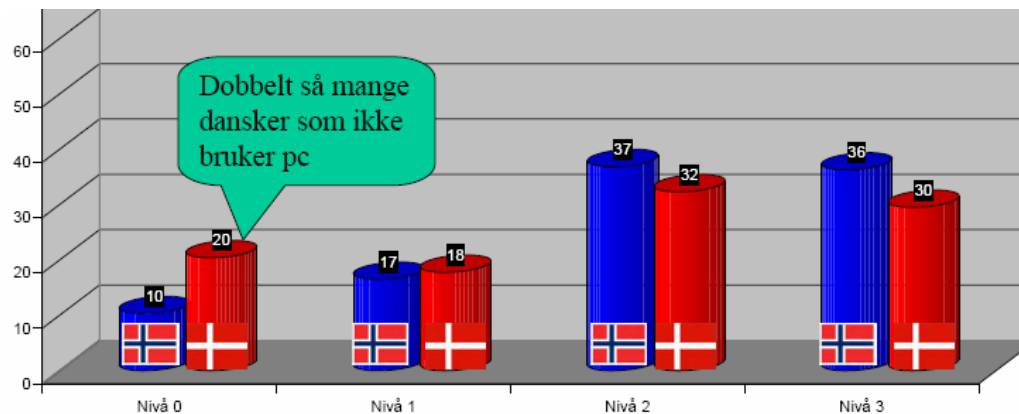
<sup>11</sup> Vox arbeider for økt deltakelse i samfunns- og arbeidsliv ved å heve kompetansenivået hos voksne. Vo x legger særlig vekt på grunnleggende ferdigheter, realkompetanse og voksnes rett til opplæring. Vox er en etat under Kunnskapsdepartementet.

<sup>12</sup> Kilde : [http://www.vox.no/upload/7300/03\\_Per\\_Morten.pdf](http://www.vox.no/upload/7300/03_Per_Morten.pdf)

# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

- De som er gode er ofte gode på det meste
- De digitale klasseskiller følger tradisjonelle variabler som utdanning, alder, inntekt, og tilknytning til arbeidslivet
- Det er en klar sammenheng mellom bruk (frekvens) og ferdighet
- Sterke brukere bruker IKT hovedsaklig i jobbsammenheng – svake brukere benytter IKT mest i privat sammenheng
- Den beste indikatoren på ferdighetsnivå er opplevd evne til å ta i bruk ny teknologi
- Det er veldig få ”ikke-brukere” i Norge, og ”ikke-brukerne” er hovedsakelig eldre og/eller utenfor arbeidslivet
- ”ikke-brukerne” begrunner sin manglende bruk med manglende behov og interesse
- Små forskjeller i nivå mellom Norge og Danmark, selv om Norge scorer litt bedre – danskene har imidlertid dobbelt så mange ”ikke-brukere” som Norge



VOX vil publisere analysen i en egen rapport som ferdigstilles i mai/juni 2008.

## 6.4 VURDERING

Det synes derfor som om nybegynnernes behov er meget grunnleggende – mange har liten kompetanse, synes utstyret er komplisert – og er usikre på hva de skal bruke internett til. Samtidig møter de en lite imøtekommende IKT-bransje.

Det er til dels sammenfallende funn, men også en viss spredning på resultater i nyere undersøkelser:

### SSB

- Bredbånd ikke tilgjengelig i området (38%)
- Har ikke behov (34%)
- Har tilgang andre steder (10%)
- For dyrt (9%)
- Andre årsaker (13%)

### Teleplan

- De hadde ikke pc (57%)
- De brukte internett sjelden (48%)
- De trengte ikke bredbåndshastighet (44%)
- Det var for dyrt (42%)

### Norsk Telecom

- At det ikke er tilgjengelig bredbånd der de bor (56%)
- At de heller bruker oppringt linje (33%)
- At bredbånd er for dyrt (26%)
- At det er for komplisert – nye brukere mangler kompetanse (12%)

Trolig er den manglende kompetansen og opplevet kompleksitet på sluttbrukerutstyret avgjørende for at mange fremdeles ikke bruker bredbånd. Vi ser videre at ”for dyrt” er et moment som trekkes frem, selv om det her er betydelig sprik mellom tallene.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

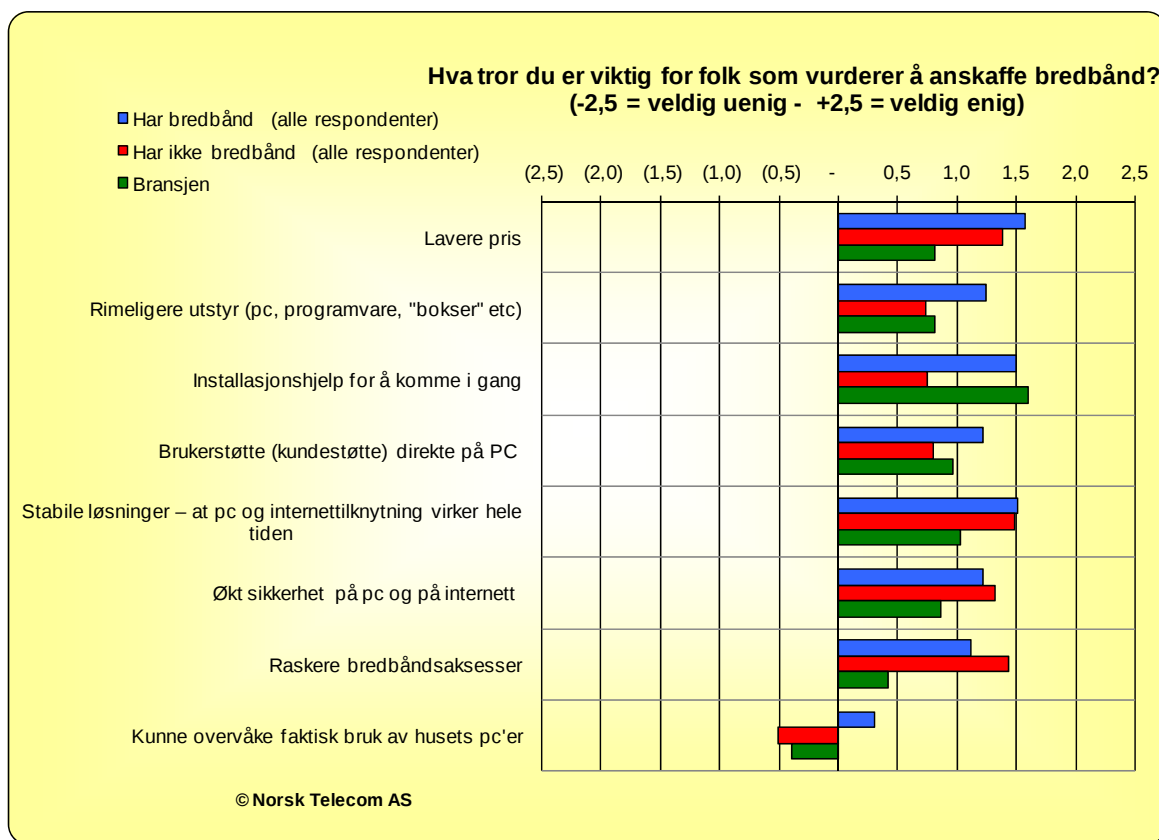
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 7 HVA SKAL TIL FOR AT FOLK VIL KJØPE BREDBÅND?

### 7.1 RESULTATER

På de fastlagte spørsmålene i undersøkelsen ser vi at pris, installasjonshjelp og stabile løsninger ble rangert som viktigst blant respondentene. Ikke overraskende mener både bransjeaktørene og bredbåndsbrukerne at behovet for både installasjonshjelp og brukerstøtte er viktig for nye nettbbrukere, mens de som ikke er på nett ikke er så opptatt av dette. Dette svarmønsteret illustrerer at mangel på kunnskap (?) hos ikke-brukere av og til trolig leder til andre (og ikke helt riktige?) svar.



På dette spørsmålet har respondentene registrert en rekke tilleggskommentarer - oppsummert synes de fleste kommentarene å komme innefor flg områder...:

- Bedre kundeservice
- Beskytte brukere mot virus og spam
- Enklere maskinvare og programvare - "plug and play"-installasjon
- Kursing og kompetanseøkning
- Bedre og enklere tjenester
- Mer fokus på brukernytte enn fortrinn ved egne produkter og tjenester
- Lavere priser på utstyr, programvare og bredbånd

Nedenfor er klippet inn noen av kommentarene fra respondentene...:

| Spørsmålsgruppe - "Hva skal til for at folk kjøper bredbånd?" |                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Respondentkategori                                            | Kommentar                                                                                                                                                |
| Har bredbånd                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Offentlig opplæring - Disse Senior-surf-tiltakene som er satt i gang rundt omkring tror jeg er bra for</li></ul> |



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



| <b>Spørsmålsgruppe - "Hva skal til for at folk kjøper bredbånd?"</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Respondentkategori</b>                                            | <b>Kommentar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Har ikke bredbånd                                                    | <p>pensjonistene. Utvid tilbudet til også å omfatte andre ikke-ressurssterke grupper. Så er det samtidig noe med at ikke-ressurssterke grupper ikke nødvendigvis løper til biblioteket; det er nok den ressurssterke delen av ikke-ressurssterke grupper. Kan vi finne et tilbud til dem? En pc i dag er altfor omfattende.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nytteverdi - hva kan internett gjøre for meg i hverdagen uten å lese kun avisen. Opplyse om de muligheter som faktisk ligger på nett.</li><li>• Tjenestebehovet - Det må være flere grunner enn å bare surfe på internett for å betale for en ganske dyr tjeneste. Dvs hvis du må investere både i pc og bredbåndslinje. Det være seg større behov for å kommunisere via e-post og internett. Tilgang til offentlige tjenester. Når det f. eks er mulig å få kvalitets-tv og annen underholdning problemøst over bredbåndet vil ikke investeringen være så dyr. Riks-TV over en subsidiert bredbåndslinje ville kunne gjort mye om teknologien hadde vært på plass.</li><li>• PCer er ustabile og krever mye oppfølging. Elektronikken har fremdeles ikke blitt konsumentvennlig nok til at alle kan bruke den. Touch-skjermer, norsk språk, og fremfor alt bedre og enklere tjenester, særlig i forhold til offentlig sektor, er nødvendig.</li><li>• Rett og slett kunnskap om alt en PC kan brukes til. Gratis nybegynnerkurs på noen timer til alle som vil (bibliotek f. eks.) Mange mellom 50 og 60 som ikke kan bruke PC, ikke alle er pensjonister, f.eks. hjelpepleiere.</li><li>• "Simplicity": Det burde være like enkelt som man i 'gamle dager' plugget inn en ny telefon.</li><li>• De tror det blir for avansert for de, trenger en del opplysninger om hvor enkelt det kan være, ikke bare opplysninger om hvor avansert det er.</li><li>• Når man blir oppringt fra leverandører får man ufullstendig opplysning om hva installasjonskostnaden kommer på. Ønsker man brukerstøtte pr. tlf. eller snakke med serviceveileder er det alt for komplisert å få kontakt - hele tiden velg ditt velg datt. Veiledningen er til tider for komplisert til å forstå. Hva trenger jeg - hva er totalkostnaden - den enkle forståelsen av installasjon steg for steg er ikke like enkel å forstå.</li><li>• Tror det går på interesse for data og det elektroniske samfunnet. De som er på nett er opptatt av det, de andre prioriterer ikke tilgjengelighet eller informasjon på denne måten.</li></ul> |

## 7.2 VURDERING

Dette er på mange måter 10.000 kr spørsmålet, og også et spørsmålsområde som har gitt klart mange brukerinnspill. Hovedbildet for nybegynnerne er et ønske om enklere og stabile produkter, mer brukerstøtte og lavere priser.

Få om noen bredbåndsaktører har i dag "entré" produkter i sitt sortiment – fokus er primært på økt båndbredde, og salg av tilleggstenester.

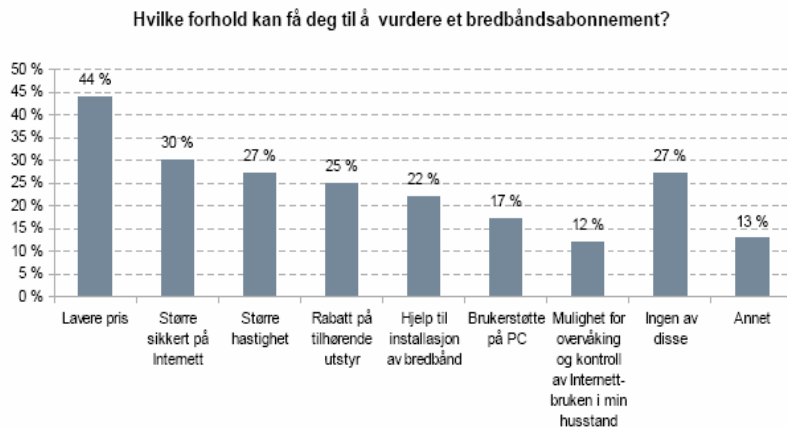


# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



I Teleplanrapporten fra september 2007 trekkes også lavere pris frem som det viktigste kriterium for at man skal vurdere å gå til anskaffelse av bredbånd...



Trolig er likevel utviklingen av brukernes kompetanse og en god porsjon ”voksenoppplæring” om hva man kan benytte internett til – og opplysning/oppfatning av den faktiske nytten ved slik bruk, som er den største terskelen. Her har både samfunnet, det offentlige og bransjen store utfordringer!

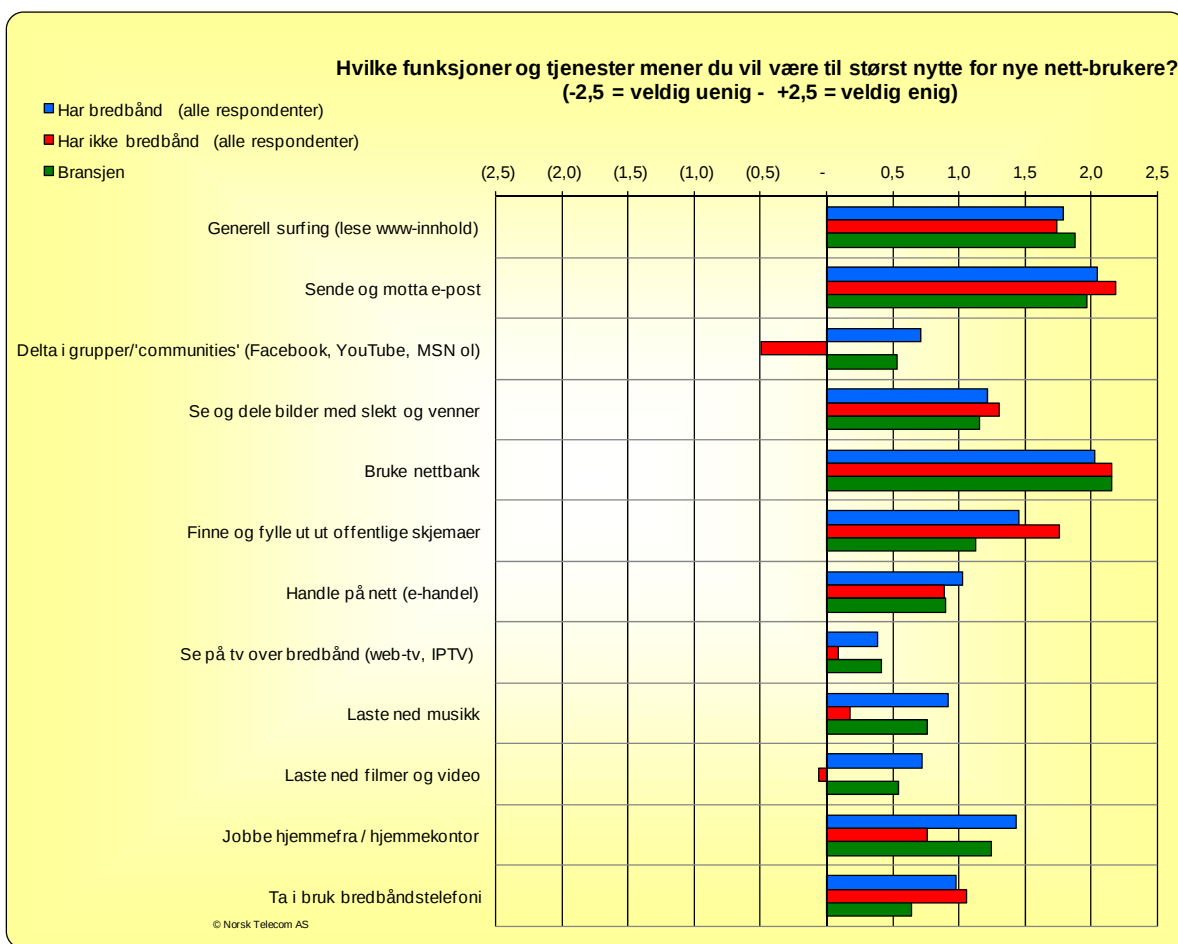
# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

## 8 HVLKE FUNKSJONER OG TJENESTER VIL VÆRE TIL STØRST NYTTE FOR NYE BRUKERE?

### 8.1 RESULTATER

I spørsmålsgruppen om hvilke tjenester som anses som attraktive for nybegynnere, ser vi igjen et sprik mellom brukere/bransje og ikke-brukere. Ikke overraskende ser ikke-brukere for seg at de mest attraktive tjenestene vil være e-post, nettbank og generell surfing. Noe overraskende er det så å se at brukere/bransjen mener at relativt avanserte tjenester som YouTube, musikk- og video-nedlasting, IPTV etc vil være typiske nybegynnertjenester.

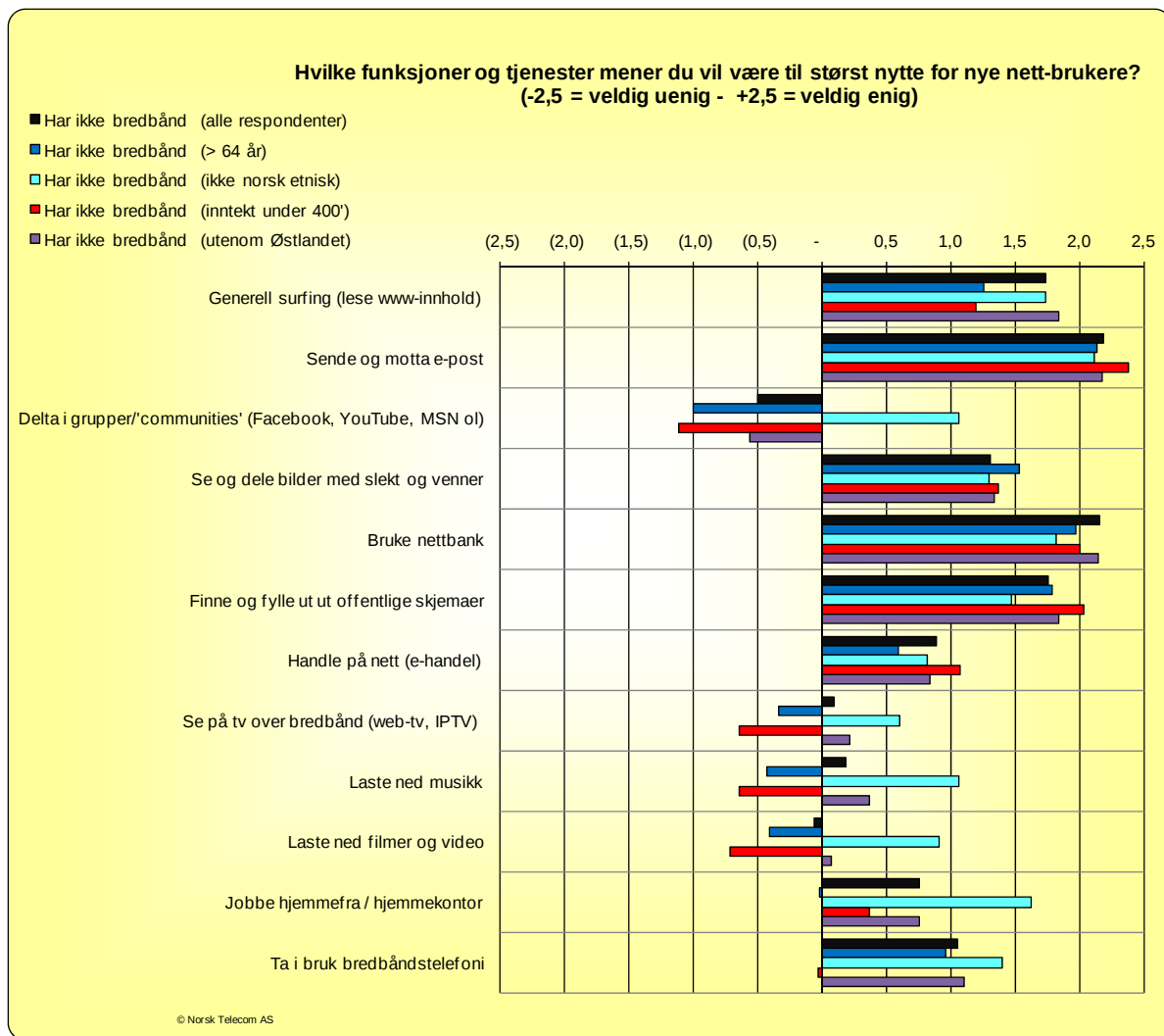


Samtidig er det interessant å se at ikke-brukere vurderer bredbåndstelefon som en attraktiv og trolig kostnadseffektiv tjeneste – det bør være gode nyheter for aktører i denne nisjen.

Om vi splitter opp svarene i denne kategorien på aktuelle grupper av ikke-brukere får vi en større spredning på svarene...:

# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Vi ser at innvandrerne skiller seg klart ut, med ambisjoner om bruk av relativt avanserte bredbåndstjenester. Samtidig ser vi at det først og fremst er gruppen med lav husholdningsinntekt som har minst ambisiøse mål for avansert tjenestebruk.

På dette spørsmålet har respondentene registrert div tilleggskommentarer - oppsummert synes de fleste kommentarene å komme innen flg områder...:

- Finne "all slags" informasjon
- Vise nybegynnere hvor enkelt – og ikke hvor "fancy" og avansert ting er
- Spill
- (Flere nevner dessuten porno)
- Undersøkelse og kjøp av reiser
- Mulighet for kompetanseheving og læring

Nedenfor er klippet inn noen av kommentarene fra respondentene...:

## Spørsmålsgruppe - "Hvilke funksjoner og tjenester vil være til størst nytte for nye brukere?"

| Respondentkategori | Kommentar                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Har bredbånd       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Søkefunksjonene . uansett hva jeg lurer på – om så hva vi skal ha til middag, adresse til onkel i Sri Lanka, hva koster 1 kg sukker i London osv, så kan jeg bare skrive</li> </ul> |



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

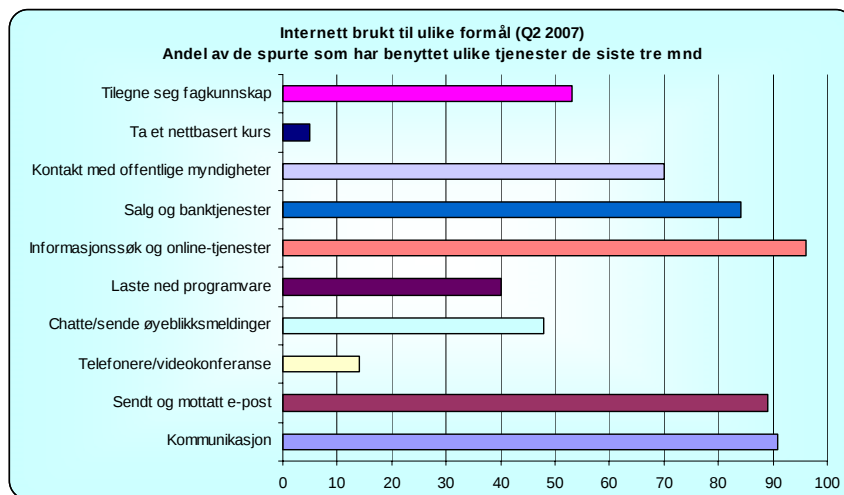


## Spørsmålsgruppe - ”Hvilke funksjoner og tjenester vil være til størst nytte for nye brukere?”

| Respondentkategori | Kommentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Har ikke bredbånd  | <p>noen stikkord i google og så får jeg svar.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Finne offentlig info og info fra private aktører i næringslivet... Sjekke priser og modellutvalg før man går i butikken for å handle et eller annet man ønsker (eller evt handle over nettet)...</li><li>Finne informasjon til skolearbeid. Familier med elever i skolealder må ha bredbånd for at eleven skal få kunne gjort lekser. Helt ned i 3.-4. klasse. De elever som ikke har dette blir akterutseilte på skolen.</li><li>Forberedelse av reiser og oppslag på gule sider i det besøkende land. Finne turist eller historiske oppslag på en reise etc</li><li>Ikke mulig å jobbe hjemme uten bredbånd</li></ul> |

## 8.2 ANDRE UNDERSØKELSER

Fra SSBs kartlegging av tjenestebruk pr Q2 2007 kan vi lage flg graf..:



For disse tallstørrelsene er det svært stor spredning dersom enkelttjenestene brekkes ned på f eks aldersgruppe.

Vi ser at det er forskjeller mellom de to grafene, men at kommunikasjon, e-post, bank og informasjonssøk scorer høyt i begge analyser. Trolig er dette tjenesteområder som vil være særdeles aktuelle for nybegynnerne.

## 8.3 VURDERING

På dette området finnes trolig ingen ”rette svar”. Brukerne er forskjellige, og de underliggende behovene er ofte ikke slik bransjen forventer seg. Ikke-brukere er spesielt forskjellige, og det vil derfor være den samlede tjenesteflora som vil være attraktiv. Fra dybdeintervjuer på eldresentra erfarer vi at noen vil lese lokalaviser, noen vil kommunisere med familien, noen vil ”lese om gamle dager”, noen vil spille bridge eller sjakk og noen vil få seg nye venner. Fellesnevneren er imidlertid at kompetansemangel og teknologifrykt er ”show stoppers” for mange potensielle brukere.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

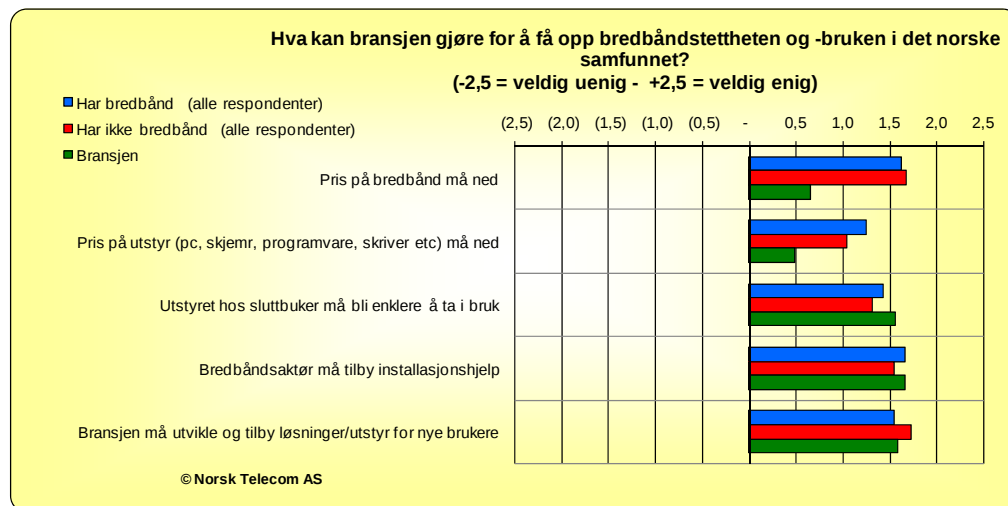
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 9 HVA KAN BRANSJEN GJØRE FOR Å FÅ OPP BREDBÅNDSBRUKEN?

### 9.1 RESULTATER

De svar som er innkommet fra bransjehold viser at oppfatningene rundt ikke-brukeres holdninger internt i bransjen ikke er helt i takt med hva ikke-brukere mener selv. Samstemmigheten av hva bransjen bør gjøre er bedre, selv om "lavere pris" ikke oppfattes som så viktig i bransjen selv.



På dette spørsmålet har respondentene registrert div tilleggskommentarer - oppsummert synes de fleste kommentarene å komme innefor flg områder...:

- Bedre service og leveringsdyktighet
- Komme med tilbud der det i dag ikke er utbygging eller bredbåndstilbud

Fra tidligere avsnitt er det trukket frem at bedre service fra leverandør er essensielt.

Nedenfor er klippet inn noen av kommentarene fra respondentene...:

| Spørsmålsgruppe - "Hva kan bransjen gjøre...?" |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Respondentkategori                             | Kommentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Har bredbånd                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bransjen må innse at behovene for nye brukere er helt forskjellig fra etablerte nettbrukere - med ditto kompetanse</li><li>• For mange kunder kan det være et økonomisk løft å skaffe slikt utstyr. Hva med å tilby et 1 timers kurs for de som er helt ferske? Kjøper de f. eks alt utstyr hos en leverandør får de gratis opplæring som er basisk. Slik som å vite om nettbank. Få sin egen mailadresse. Vise klipp inn og lim funksjonen. Send bilder og overføre bilder via mail. Dette tror jeg er gull verdt. Legg dette til i salgsavtalen så er det mye tryggere for totalt ferskinger å tørre.</li><li>• Jeg antar at de fleste som ikke har skaffet seg internett-/bredbåndstilknytning til nå ikke ser at de har et behov for dette. Man må kanskje i sterkere grad forklare 65-åringer (og andre) helt konkret hvorfor livene deres vil bli enklere med bredbåndstilknytning.</li><li>• Det som trengs er opplæring. De fleste nye kunder nå</li></ul> |



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



| <b>Spørsmålsgruppe - "Hva kan bransjen gjøre...?"</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Respondentkategori</b>                             | <b>Kommentar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Har ikke bredbånd                                     | <p>har aldri tatt i en PC før.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fokusere på bruk av enkle løsninger og lave priser. Brukere med avanserte behov er allerede på nettet, delvis fordi arbeidsgiver finansierer det hele.</li><li>• Slutte å bruke alle de tekniske begrepene som de aller fleste seniorer ikke har peiling på. Dette gjelder både ved kjøp av utstyr (PC osv) og tjenester som bredbåndsinstallasjon.</li><li>• Tilbud om alternativer mht brukeropplæring bør inkluderes i en pakkepris som dekker PC, skriver/skanner/kopimaskin og bredbånd, samt vanlige applikasjoner som tekstbehandling, regneark, eventuelt også bildebehandling, i tillegg til generell opplæring i bruk av Internett.</li><li>• Bedre informasjon om hva bredbånd er og hvilke fordeler det kan gi for familien.</li><li>• Bredbånd må bli tilgjengelig også for utkantene. Behovet er enda større her, da vi har lenger avstand til alle offentlige og private tjenester.</li><li>• Hovedtingen må jo være at det bygges mer ut for oss som bor i utkanten. Her er kun en lokal aktør, så konkurranse og valgfrihet er ikke størst!</li><li>• Komme med tilbud der bredbånd ikke finnes. I byene finnes det 10-talls tilbydere. i distriktene INGEN</li><li>• Levere raskere. Ha orden i systemet sitt slik at de fanger opp kunder som av ulike årsaker har havnet på vent på ubestemt tid i deres system</li><li>• Redusert ventetid, tilbakemeldinger ved forsinkelse, forenklet installering - hjelp gjennom hele prosessen. Jeg er bruker internett daglig i jobben og regner meg som proff bruker innen sosiale medier, men jeg kan ikke opp og ned på en boks.</li></ul> |

## 9.2 VURDERING

Som tidligere nevnt er det få om noen bredbåndsaktører som i dag har tilbud tilpasset nybegynnerne – enten det går på pris, funksjonalitet eller "pakkeløsning". Det er betydelig rom for å komme nybegynnerne i møte her – og Norsk Telecom AS vil anta at dette bør bli et generelt satsningsområde for de toneangivende bredbånds-aktørene.

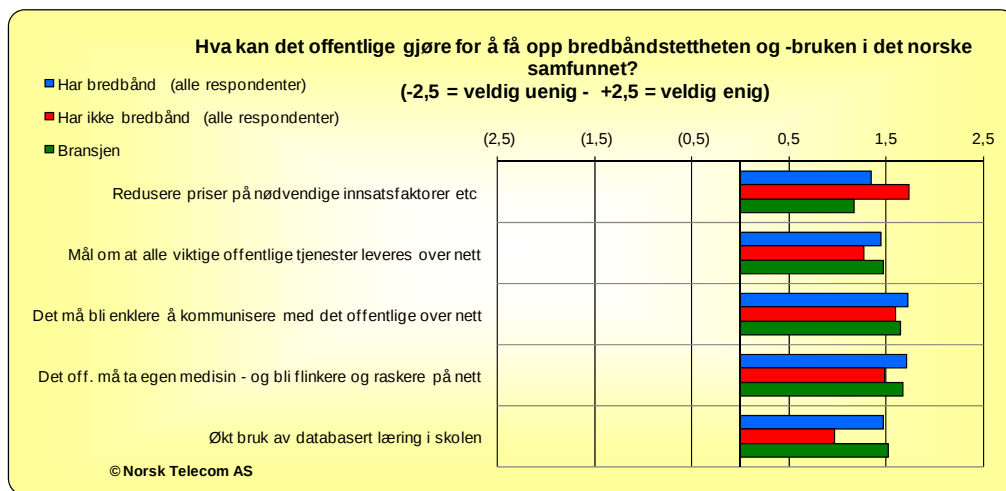
# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

## 10 HVA KAN DET OFFENTLIGE GJØRE FOR Å FÅ OPP BREDBÅNDSBRUKEN?

Respondentene er opptatt av at det offentlig bør spille en mer aktiv rolle i å få opp bredbåndsbruken. Dette gjelder både å videreutvikle offentlige tjenester, men også å arbeide for at prisene på bredbånd fortsetter å synke.

### 10.1 RESULTATER



Blant de eldre er det samstemmighet om at opplegget med Seniornett og opplæring rettet mot eldre bør fortsette/styrkes.

På dette spørsmålet har respondentene registrert en rekke tilleggskommentarer - oppsummert synes de fleste kommentarene å komme innefor flg områder...:

- Sats på opplæring – spesielt rettet mot grupper som i dag står utenfor nettsamfunnet
- Overvåke markedet og sørge for at 'monopoltakter' unngås
- Jobbe for at grunntilbudet ("folkebredbånd") får en lavere pris
- Alle offentlige tjenester må tilbys på nett, og det må være mulig for borgerne å svare/respondere på nett

Nedenfor er klippet inn noen av kommentarene fra respondentene...:

| Spørsmålsgruppe - "Hva kan det offentlige gjøre...?" |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Respondentkategori                                   | Kommentar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Har bredbånd                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Etter mi meining har det offentlege vore TOTALT fråverande til no ang. breibandutbyggjinga og kan henda er det lika godt dei held seg vekke i fht. nettutbyggjinga også for framtida (Untaket er utb. av dei mest avsidesliggende omr. i landet). Det offentlege burde heller ha hjulpe til med å få den eldre aldersgruppa på nett. Og med enkel og lettfatteleg info om bruk av div. på nettet.</li><li>• Ta fra Telenor linjemonopolet slik at alle aktører har akkurat samme tilgang til stamnettet i Norge, og ikke én aktør med tilnærmet monopolsituasjon slik det er idag.</li><li>• Subsidiere utbygging i griskrendte strøk. Tette hullene uten dekning.</li><li>• Hvis det legges opp til at alle offentlige tjenester skal</li></ul> |



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



| <i>Spørsmålsgruppe - "Hva kan det offentlige gjøre...?"</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Respondentkategori</i>                                   | <i>Kommentar</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <i>Har ikke bredbånd</i>                                    | <p>utføres på nett må prisen på utstyr og tilkobling drastisk ned.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Subsidiere infrastrukturen. Lokale WLAN mot en lav kommunal avgift. Lik renovasjon / vann- og avløpsavgift eller noe i den dur. At kommune tilbyr en basic linje, mens kjappe linjer (for proffbrukere) kan overlates til det kommersielle markedet.</li><li>• Innføre som borgerrett at all kommunikasjon med det offentlige må kunne foregå på nett. Hvis det offentlige pålegger deg å rapportere inn eller svare på noe, MÅ du ha rett til å gjøre dette elektronisk.</li><li>• Det offentlige bør arbeide for lavere priser generelt sett - hvorfor er f eks bredbånd mye billigere i Sverige?</li><li>• skille telenettet ut i eget firma, slik at det blir likt for alle og Telenor ikke kan bruke sitt nett i konkurransen mot andre</li><li>• Nei, dette ligger på staten. Når det blir umulig å kommunisere med staten på andre måter enn over nettet, vil Internett bli en nødvendighet.</li><li>• Tilrettelegge nettsidene sine for de eldre kanskje. Usability-tester med alle aldersgrupper. Ser man nytten av ulike nettsider vil muligens behovet for bredbånd øke.</li><li>• Det er ikke en offentlig oppgave å sørge for bredbånd. Hadde det vært det, burde de holdt på Televerket og vi ville hatt opp til 4 års ventetid på å få det installert. De bør heller konsentrere seg om å være åpne, tilgjengelige og mulig å kommunisere med (altså ikke laste ned word-skjemaer, for å printe ut og sende per post - men ha elektroniske skjemaer. Utrolig nok er svært mange av tjenestene basert på å laste ned word-dokumenter !?!)</li><li>• Ved utbygging ute i distriktene må det prioriteres å bygge den siste tilgjengelige teknologi, for å slippe å gå gjennom flere utbyggingstrinn med gammel utdatert teknologi. Eks. hoppe over utbygging av ADSL, og gå rett på fiber. Bredbånd er i dag like viktig som vei og telefon var i sin tid.</li><li>• Påse at det faktisk er dekning/tilgang. Jeg mistenker at jeg står i statistikken som "kan få" siden sentralen jeg er tilknyttet er oppgradert, men linjen min er for lang, slik at ingen her får signaler. Det MÅ være mulig å påvirke Televerket som eier kobberkabelen til å gjøre en jobb - de er pr. i dag bare sure og tverre og snakker penger og børs. Ta fra Telenor kobberkabelen - det er det offentlige (dvs. min) eiendom.</li><li>• Det offentlige er bra på nett- det er de private kreftene som vil ha for høy profitt. Det offentlige må opprettholde tilbud til befolkningen som ikke har nett-tilgang. Det er flere grupper i samfunnet som ikke har nett tilgang: eldre - en del orker ikke sette seg inn i det. Funksjonssvekkede, som ikke mestrer teknologi.</li><li>• Det offentlige må ikke basere tjenester på nettet før monopolisten Telenor (det er de som har kontroll med linjenettet i distriktene) blir tvunget til å bygge ut også i utkant-Norge. I vår del av kommunen trengs det kun en</li></ul> |



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



| <i>Spørsmålsgruppe - "Hva kan det offentlige gjøre...?"</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Respondentkategori</i>                                   | <i>Kommentar</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                             | <i>forsterker på linjene.</i> <ul style="list-style-type: none"><li><i>Det er pussig at man bruker uttrykket "fylle ut skjema" - vis-à-vis offentlig sektor er det nødvendig med mer integrerte (ferdigutfylte) tjenester (a la Minside) slik at man får færre skjemaer å fylle ut. Oversikt over status i offentlige prosesser og andre former for enklere byråkrati vil øke nytten for den gruppen som ennå ikke har skaffet bredbånd.</i></li></ul> |

## 10.2 VURDERING

Mange av respondentene føler at bredbånd bør kunne likestilles med tilgjengeligheten av strøm, vann og telefon – og at bredbånd med grunnleggende hastighet derfor på sikt bør være et lavt priset 'samfunnsgode'.

Man er tilnærmet samstemt om at alle offentlige tjenester bør forefinnes på nett, samtidig som det må være mulig for personer med nettilknytning å besvare alle offentlige henvendelser via nettet. Det trekkes også frem at offentlige tjenester bør videreutvikles fra 'å fylle ut skjemaer' til heller å arbeide med det offentlig i integrerte tjenester. Det må børstes støv av den gamle målsettingen om at det offentlige ikke skal spørre om informasjon man allerede har tilgjengelig internt.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 11 ER DET NOE POENG Å FÅ FLERE PÅ NETT?

Det er en allmenn oppfatning at det er nyttig for både samfunnet og den enkelte å være knyttet til internett. Respondentene i undersøkelsen synes relativt samstemte i at det er en fordel å få flest mulig på nett.

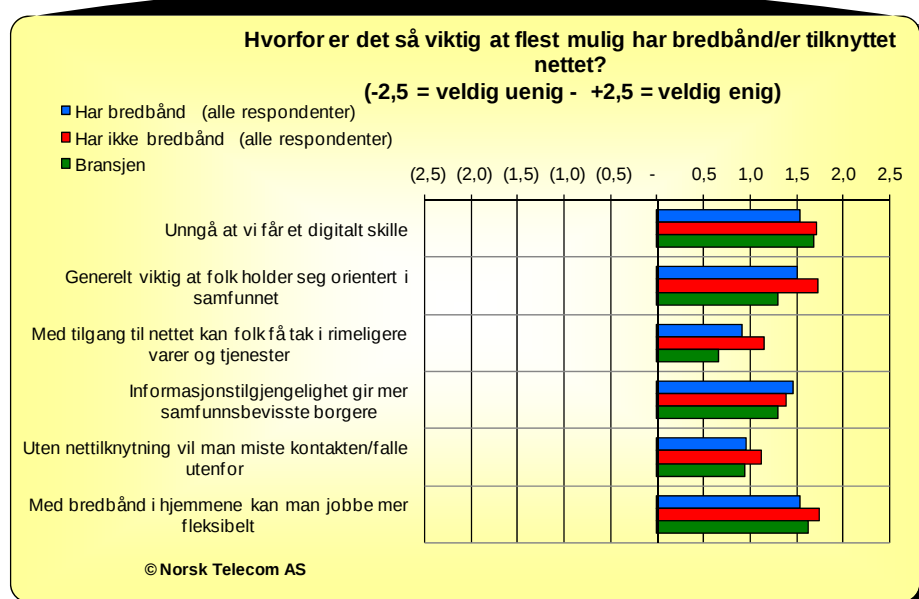
Det er imidlertid grupperinger som mener at det f.eks ikke er en offentlig oppgave å få flest mulig på nett – noen personer ønsker av ulike årsaker ikke å være tilknyttet nettet. Dette kan ha med alder å gjøre – "Jeg er ikke interessert i bredbånd/internett", men også med bakgrunn i religiøse oppfatninger - "Overbevisning - Internett gir tilgang til store fristelser som kan være skadelig for sjelelivet, eller føre tankene i skadelige baner. Slik sett kan internett lede til synd mot Gud".

I mange tilfeller kan det imidlertid se ut til at ikke-brukere ikke kjenner til muligheter/fordeler ved å "være på nett" eller er sky for å komme i forlegenhet/avhengighet av nettet, for å få det på plass og lære seg bruk, samt at det ofte er en økonomisk prioritering, lange utenlandsopphold, sykdom og andre situasjoner som gjør at en ikke er knyttet til nettet via bredbånd.

I dette kapitlet vil vi se nærmere på denne problemstillingen.

### 11.1 RESULTATER

Interessant nok er det ikke-brukere som er mest positive til de fleste av spørsmålsstillingene i spørsmålsgruppen → "Er det noe poeng å få flere på nett?", mens bransjen er noe mindre opptatt av denne problemstillingen.



På dette spørsmålet har respondentene registrert en rekke tilleggskommentarer - oppsummert synes de fleste kommentarene å komme innefor flg områder...:

- Man kan spare miljøet ved å jobbe hjemmefra
- Mulig å ta videreutdanning via internett
- Kostnadseffektiv måte å kommunisere på, - venner, kunder, leverandører – samt med det offentlige
- Etter hvert et "must" å være tilknyttet nettet – informasjon, bank, bestillinger og varekjøp, kommunikasjon med et offentlige mv
- Etter hvert som internett blir viktigere og viktigere er grunnleggende pc-kunnskap hos den jevne borger avgjørende



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



- (Det hører med til historien at noen mener at det å være tilknyttet internett via bredbånd ikke er spesielt viktig)

Nedenfor er noen eksempler/utsagn rundt samfunnsnytte fra kartleggingen ...:

| <b>Spørsmålsgruppe - "Er det noe poeng å få flere på nett?"</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Respondentkategori</b>                                       | <b>Kommentar</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Har bredbånd                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Redusere kostnadene for det offentlige i kontakten med borgerne, og tilsvarende for private bedrifter.</li><li>• Bra for økonomien at nye forretningsmodeller og selskaper vil starte opp dersom bredbånd blir like selvfølgelig som vann/strøm/telefon og kloakk.</li><li>• Det er fantastisk for kulturlivet at ALL kultur blir gratis for alle hele tiden ved hjelp av fildeling.</li><li>• Alt digitaliseres, må ha det bare må ha det for å henge med.</li><li>• Mange kan jobbe hjemmefra eller delvis hjemmefra, som sparer på miljøet/køene på veiene, og (mulig) økt effektivitet. De fleste begynner jobben med å svare på e-post og kan gjøre det mens andre er på vei til jobb.</li><li>• Bredbånd er etter hvert like nødvendig som fast telefon var før mobiltelefonen kom. Både offentlig og privat tjenestetilbud forutsetter mer og mer at innbyggerne har tilgang til Internett.</li></ul> |
| Har ikke bredbånd                                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Viktig at folk slipper å føle seg "utestengt" p.g.a. at linjenettet er for dårlig der du bor. Dette har ikke noe med distriktpolitikk å gjøre. En finner slike feil ganske nær "sentra".</li><li>• Lettere når en blir eldre å utføre tjenester fra hjemmet.</li><li>• Med bredbånd er det lettere å holde kontakt med barn, barnebarn og venner.</li><li>• I distriktene vil dette muliggjøre å desentralisere kontorer/organer og arbeidsoppgaver for det offentlige. Man trenger ikke nødvendigvis å oppsøke kontorene for å hente skjema o.l. Nettbank og andre tjenester på nett er nesten umulig uten ordentlig tilknytning.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## 11.2 SAMFUNNSNYTTEN AV Å FÅ FLERE PÅ NETT

Det er vanskelig å komme med konkrete "bevis" for at det er samfunnsnyttig at flere kommer på nett. Dette kommer an på øynene som ser, vurderinger rundt brukspotensialet hos ikke-brukere, og den enkelte brukers lyst og evne til å hente ut fordeler/nytte ved økt nettbruk.

Det er imidlertid bred enighet om at det er mange fordeler ved å være tilknyttet nettet, noe den generelt økte nettbruken er en solid indikator på. Ofte grupperes nytten i enten

- effektivisering
- økonomisk gevinst
- og/eller kvalitative gevinster
- utvikling av ulike former for kompetanse
- etablering av nytt kontaktnettverk.

Et effektivt kompetanseutviklende samspill betyr mye for samfunnskapitalen. Dette omfatter bl a forhold som muligheter for effektiv fjernundervisning, fjernstudier og interessegrupper for alkens formål, fra bridge/sjakk/alle slags spill til næringsgrupper og faggrupper som utvikler nye kontakter og aktiverer/drar nytte av etablerte kontakter.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Nedenfor er dette kommentert nærmere...

## Landet som helhet

### **Produktivitet**

Med høyere kompetanse og økt bruk av tjenester og innhold på nettet, vil effektiviteten og produktiviteten i næringsliv og offentlig forvaltning økes – dette kan være ved at man bruker mindre ressurser på å få gjennomført ting, eller at en sparer inn tid ved å gjennomføre aktiviteter/transaksjoner på nettet. Dette har på sikt positive ringvirkninger for en rekke områder i samfunnet. Samtidig vil nettet bidra til at aktørene kan ha bedre og bredere informasjon som underlag for sine handlinger.

### **Arbeidsstyrke**

Med økt fokus på opplæring og økt IKT-kompetanse – spesielt mot eldregenerasjonen - vil det være mulig å bremse utestengingen av personer som i dag blir "presset" ut av arbeidslivet bl a pga manglende IKT-ferdigheter. Med en kombinasjon av opplæring og tilpasning av arbeidssituasjonen til denne grupperingen bør det være muligheter for å kunne øke arbeidsstyrken, og la de som vil være i arbeid lenger, få lov til det.

### **Distriktsprofil**

Med god bredbåndsutbygging i distriktene vil det være mulig for bedrifter utenfor bysentrene å delta og konkurrere i næringslivet på lik linje med bedrifter i byene. Infrastruktur, kapasitet og kompetanse er bærebjelker i en slik utvikling.

### **Miljøaspekter**

Økt bruk av elektronisk kommunikasjon bør kunne redusere behovet for jobb-relatert reising – enten dag for dag, eller ved reiser til andre byer/land. Likeledes vil økt bruk av hjemmekontor redusere arbeidsreiser og russtrafikk – og dermed redusere forurensing og miljøutslipp, og bedre effektiviteten. Det er et tankekors at et stort antall mennesker hver dag må forflyttes ut og inn og gjennom byer for å utføre informasjonsbehandlingsoppgaver som forholdsvis enkelt kunne være håndtert via nettverksforbindelser.

(Det hører imidlertid med til historien at forskere ser at bruk av hjemmekontor ol kan skape mer fritid, og derigjennom økt bruk av forurensende transportmidler til fritidsformål... Med trådløst bredbånd vil det også være mulig å "gjøre jobben på hytta", og som sådan forurensere mer ved slik transport, enn om du tok kollektivtransport eller gikk til jobben.)

### **Sosiale momenter**

Bredbåndstilknytning letter kommunikasjonen mellom mennesker på alle plan, det være seg gjennom tekst (e-post), lyd (bredbåndstelefon) bilder eller videokommunikasjon. De elektroniske mulighetene for lettvin å etablere og vedlikeholde nye kontakter og interessegrupper på alskens områder representerer en vesentlig effektivisering og også en kompetanseutvikling i befolkningen.

## Effekt for enkeltgrupper

### **Det offentlige**

Offentlige aktører kan øke sin egen effektivitet ved å digitalisere sine ulike tjenester – i alt fra å tilgjengeliggjøre informasjon til å effektivisere søknads- og saksbehandling.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



Gjennom et digitalt grensesnitt kan tjenestesentra også relokaliseres ut fra de store byene. Innføring av "døgnåpen forvaltning" og til dels "selvbetjening" gir også innbyggerne større mulighet til å få løst sine behov når det passer uten å måtte ta seg fri fra arbeide, foreta reise mm. Ting vil gå raskere og med mindre ressursforbruk. "Gevinstmulighetene er udiskutable", sier nyutnevnt direktør for Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI) Hans Christian Holte om økt bruk av IKT og internett i statsforvaltningen.

## **Næringslivet**

Bruk av nettet har gitt næringslivet mange nye muligheter for effektivisering og nye tjenester. I tillegg til momentene for "det offentlige" gir bruk og eksponering på nettet bedrifter mulighet til å øke salget av varer og tjenester på en ressurseffektiv måte. Gjennom nettbaserte tjenester med "selvbetjeningsprofil" kan kundene i økende grad også betjene seg selv, og bedriftene kan redusere ressursbruken. Bruk av nettbank og bilettbestillinger er trolig blant de mest suksessfulle eksemplene på nettbasert tjenester som er gunstige både for bedrift og kunde. Totalt sett gir bruk av internett bedriftene en mer konkurransedyktig profil.

## **Organisasjoner**

De mange organisasjoner og lag i Norge benytter i dag elektronisk kommunikasjon og egne web-sider i sin kommunikasjon med sine medlemmer og omgivelser. Norge ligger på toppen i verdensmålestokk når det gjelder ideelle organisasjoner, og ihht SSBs siste levekårsundersøkelse (2004) var ca 50% av personer > 16 år aktive i en eller annen organisasjon. Aktiv-andelen blant personer over 67 år var fø 54%. De interne samvirker i organisasjonene er i vesentlig grad blitt intensivert og inkluderende, og nye konstellasjoner kan kjapt etableres og utvikles på aktuelle interesseområder.

## **Sluttbrukerne selv**

For sluttbrukerne nedfeller fordelene seg gjennom de gevinster som næringsliv og offentlig forvaltning har → økt effektivitet og mindre ressursbruk i kontakt og interaksjon med omgivelsene. I tillegg gir nettbaserte innkjøp mulighet til billigere produkter (mange av de rimeligste produktene er kun tilgjengelig på nettet), samt til "window shopping" fra hjemmet. Innen bl a reiseliv og eiendom ser vi i dag svært kundevennlige løsninger.

Med nettilknytning gis brukerne en helt unik mulighet til å holde seg orientert og tilegne seg oppdatert informasjon om samfunnsliv, politikk, nyheter, kulturliv og sine særlige interesseområder mv i inn- og utland. Mulighetene er uendelige – "all verdens informasjon" er "at your finger tips"... i form av tekst, bilder, video og interaktive løsninger.

Sist men ikke minst gir nettilknytningen en helt annen mulighet til å holde kontakt med slekt, venner og kjente – i alt fra e-post, chatteprogrammer, "communities" som Facebook og MSN, og via bredbåndstelefoner og videobasert kommunikasjon. Nye kontakter og bekjentskaper av sosial natur eller av interessegrunner etableres lett og raskt.

...og har man bredbånd er informasjon og kommunikasjon over nettet tilnærmelsesvis gratis.

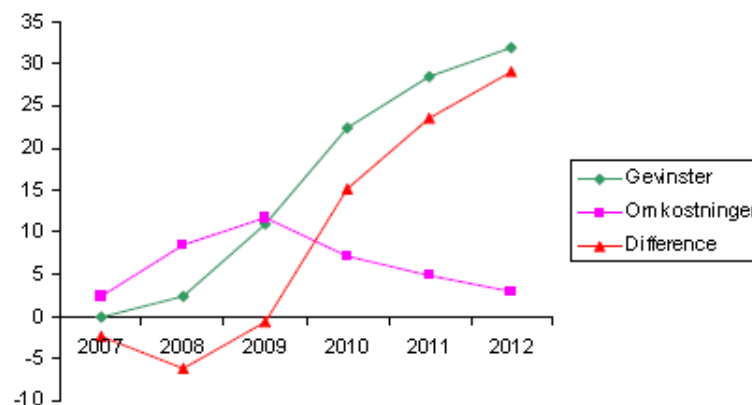
# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

## 11.3 DANSK UNDERSØKELSE OM IKT-KOMPETANSE OG SAMFUNNSNYTTE

I den danske analysen omtalt i kap 6.3.3 ovenfor er det gjennomført beregninger som viser at økt satsning på å bygge opp IKT-kompetanse på sikt vil være svært lønnsomt. Norsk Telecom AS har ikke gått grundig inn i de underliggende kalkyler, men det er interessant å se hvilke økonomiske dimensjoner de danske forskerne mener økt IKT-kompetanse vil ha for Danmark → disse anslås til på sikt å kunne utgjøre en gevinst på nær 80 mrd danske kroner pr år.

**Figur 10: Utviklingen i gevinster, omkostninger og netto-benefits. Realistisk scenario, opkvalifisering av alle 16-66 i arbeidsstyrken, som ikke har niveau 3 i IKT-færdigheder**



Med den antagne investeringsplan og antagelsen om, at gevinsterne ved IKT-opkvalifisering viser sig 1 år efter investeringen, er der en positivt netto-benefit fra 2010, hvis investeringen startes i 2007. Herefter vokser den positive netto-benefit markant.

Fra rapportens sammendrag sakses flg.:

### **Store økonomiske fordele ved bedre IKT-anvendelse – potentiel årlig gevinst på 79 mia. kr.**

*Teknologisk Instituts undersøgelse peger på, at der er store økonomiske gevinster at hente for det danske samfund, hvis borgerne kunne gøre bedre brug af IKT. De økonomiske gevinster kan hentes gennem tidsbesparelser og effektiviseringer i produktionen og gennem kvalitetsforbedringer ved bedre brug af IKT.*

*På baggrund af en undersøgelse blandt 445 virksomheder i 14 brancher kan der beregnes en samlet potentiel årlig gevinst for det danske samfund, hvis der blev gjort den bedst mulige brug af IKT i produktionen af såvel service som fysiske produkter. Den potentielle årlige økonomiske gevinst kan estimeres til ca. 79 mia. kr. Det svarer til ca. 5% af det danske bruttonationalprodukt. - og, selv om det vil koste at hæve borgernes IKT-færdigheder, er det en meget fin forretning. Det vil kræve en massiv indsats at sætte borgere og medarbejdere i stand til at gøre den "bedst mulige" brug af IKT – men selv om dette vil være omkostningsfuldt, så viser cost-benefitberegninger, at en satsning på bedre IKT-færdigheder vil være en overordentlig god forretning for det danske samfund.*

*Hvis man f.eks. opkvalificerer alle borgere i arbeidsstyrken til et færdighedsniveau på niveau 3, vil det koste i størrelsesordenen 38 mia. kr. Dette vil imidlertid være en engangs-investering på kort og mellemlangt sigt, og den samlede positive nettogevinst ved investeringen kan anslås til næsten 59 mia. kr. i perioden fra 2007-2012, svarende til knap 4% af det danske BNP, selv hvis der tages højde for, at værdien af fremtidige gevinster er mindre end værdien af gevinster nu, og selv hvis det antages, at opkvalificering til niveau 3 kun fører til, at en del (70%) af den samlede mulige gevinst realiseres. Denne nettogevinst svarer til, at hver krone investeret i bedre IKT-færdigheder giver et afkast på over 150%. Hvis tidshorisonten strækkes længere ud end til 2012, vil gevinsten være endnu større.*



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



I regnestykker om effekten av økt bruk av data, tele ol er det ofte langt mellom teori/skrivebordsanalyser og virkelighet – og det må trolig utvises betydelig skjønn før slike beregninger kan tas til inntekt også i Norge. Det er imidlertid store tallstørrelser som kommer ut av den danske analysen – trolig er dette verd en nærmere studie for å se om slike gevinster kan hentes ut også i den norske samfunn.

## 11.4 VURDERING

Konklusjonene fra arbeidet viser at det er to ulike hovedsynspunkter rundt problemstillingen om det er nyttig å få større deler av det norske samfunnet på nett...

- Den store gruppen som klart ser oppsiden i at flere kommer inn i det nettbaserte samfunnet – denne gruppen ser for seg store muligheter ved økt nettbruk
- ...og den lille gruppen som mener at det ikke bør være noe press på å bli nettbasert – ”vi klarer oss godt som det er” – naturlig nok inkluderer denne gruppen en del av ”de eldre” – som allerede er på utsiden av nettsamfunnet – og det finnes nok av de som ”ikke tør”.

Det er svært mange fordeler ved å øke utbredelsen av nettbruk til større deler av folket - dette både på ...:

- en effektivisering av en rekke daglige aktiviteter,
- økonomiske besparelser ved innkjøp av varer og tjenester via nettet,
- man får tilgang på et enormt informasjonstilfang – slik at man kan holde seg orientert og på en lettvint måte kan tilegne seg kunnskap om ”ting som foregår”
- og sist men ikke minst gir nettilknytning muligheter til sosial kontakt både med slekt og venner – nært og fjernt, og med nye interessante bekjentskaper, for næring, kunnskap, fornøyelse eller sosial aktivitet

”Ting tar tid” – også når det gjelder ikke-brukere av nettet, så det vil ta tid å kunne høste ”samfunnsnyttige fordeler” av å få ikke-brukerne på nett – på det personlige/sosiale plan vil imidlertid nytten kunne komme meget raskt – bare denne gruppen får tilstrekkelig starthjelp til å ta skrittet over i den digital verden.



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

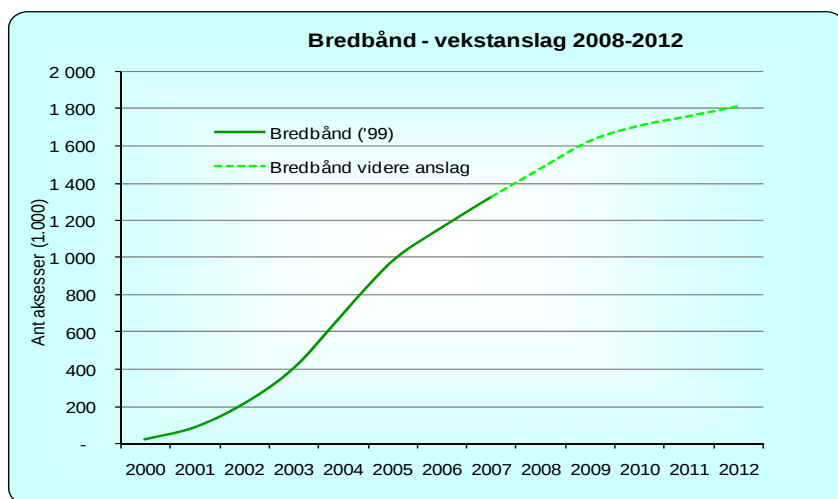
SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 12 UTVIKLINGSTREKK MOT 2010

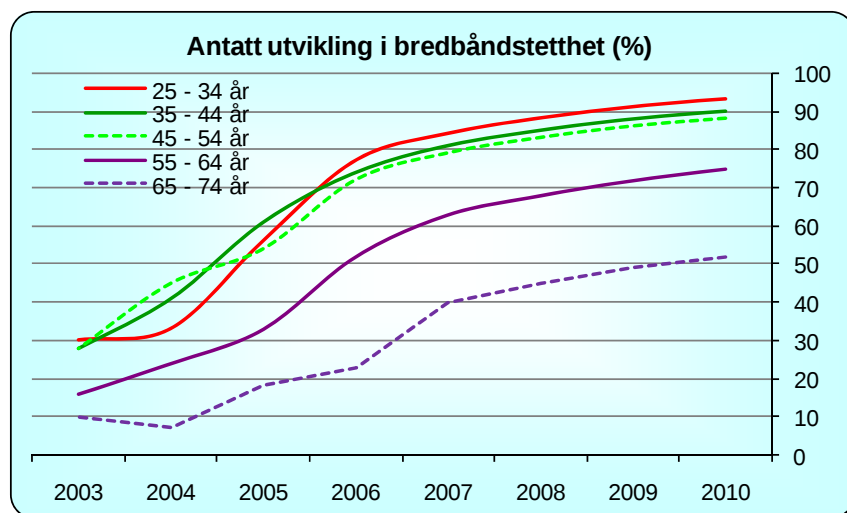
Den videre utvikling av bredbåndstettheten er usikker. Generelt flater bredbåndsvæksten ut – dette er normalt når den reelle penetrasjonen er på 60+ %. Samtidig ser flere bransjeaktører nå for seg en god videre utvikling i kundeopptak, drevet både av stadig vekst i det digitale landskapet – men også fra nye og attraktive tjenester. I tillegg til privat- og bedriftsmarkedet er det nå også god vekst i bredbåndsvæksten i hyttemarkedet. Endelig øker tilveksten av kunder på trådløst bredbånd – ofte er dette bredbåndsabonnement nr 2, noe som kompliserer kalkyler av 'bredbåndstetthet'.

Norsk Telecom AS har utarbeidet flg prognose for bredbåndsutviklingen frem mot 2012. Våre estimater indikerer en gjennomsnittlig brukertetthet på 65% ved utløpet av 2007, og et tilsvarende tall på 78% ved utløpet av 2010. Ved utløpet av 2012 vil det trolig være over 80% bredbåndstetthet i Norge.



En 'dark horse' i utviklingen av bredbåndsmarkedet vil være hvor vellykket utrulling og salg av IPTV over bredbånd vil bli. Med 80% markesandel for DSL, er det innlysende at utviklingen av IPTV over DSL vil være avgjørende for denne utviklingen.

Nedenfor viser historikk og anslag for utviklingen av bredbåndstetthet for ulike aldersgrupper i befolkningen. Økt satsning på eldresegmentet bør kunne gi en bedre utvikling enn den som er vist nedenfor.





# **”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”**

**SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008**

---



## **Del IV**

### **Vurderinger og anbefalinger**



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 13 SAMLET VURDERING OG ANBEFALINGER

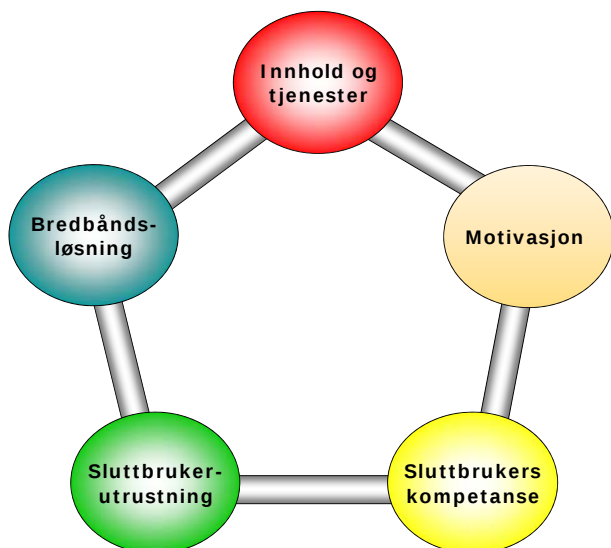
### 13.1 VURDERINGER

Prosjektet "Hvorfor kjøper ikke flere folk bredbånd?" har avdekket at dette er en sammensatt problemstilling, der ulike grupperinger har forskjellige årsaker for hvorfor de evt ikke har gått til anskaffelse av bredbånd.

I et forsøk på å identifisere "toppen av isfjellet" har prosjektet kommet opp med fem grunnpillarer som trolig kan danne basis for fremtidige løsninger.

#### Viktigst...

- Sluttbrukers kompetanse – eller mangel på sådan – vi ser at flere grupper vegrer seg for å komme i gang med bredbåndsbruk og bruk av tjenester og innhold på nettet – trolig er manglende kompetanse (og ditto informasjon om mulighetene) hovedgrunnen til at så vidt mange ennå ikke har trådt fullt inn i det digitale samfunn.



- Sluttbrukers utrustning (maskin- og programvare) viser seg også å være et vesentlig moment for å "komme i gang" – utstyr og programvare er ofte dyrt og unødvendig komplisert – sett med nybegynnerøyne. Det er også et tilbakevendende problem at det kommer stadig nye versjoner av operativsystem og programvare – noe som krever mye tid hos nybegynnere. Mange potensielle nybegynnere er også redd for at man "ikke får det til".
- Sluttbrukers motivasjon og ønske om "å komme på nett" er variabel, og synker i dag med alderen. Eldre nettbrukere opplever imidlertid betydelige fordeler ved å være på nett, og det er nå en utfordring å anskueliggjøre disse plussmomentene også for ikke-brukerne

#### Mindre viktig

- Selve bredbåndsløsningen synes ikke å være et vesentlig problem for å få flere på nett – analysen viser at det trolig er en generell misoppfatning omkring den faktiske bredbåndsdekning og tilbudet "der en bor" – dette er først og fremst en bransjeutfordring – men går også på brukernes kompetanse og evne til å identifisere de aktuelle bredbåndstilbudene.
- Innhold og tjenester på nett synes i mindre grad å være en medvirkende årsak til at mange ikke er på nett. For å imøtekomme "nybegynnerne" vil det imidlertid trolig være hensiktsmessig at det utformes spesielle portaler og/eller spesielle grensesnitt for nybegynnere.

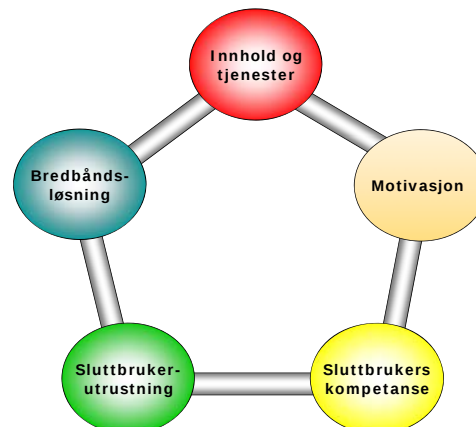


# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008

## 13.2 ANBEFALINGER

Basert på den gjennomførte analysen har Norsk Telecom AS identifisert en rekke tiltak som kan være med på å utbedre situasjonen. De viktigste forslagene, som både angår og berører både bransjeaktører og det offentlige, er vist nedenfor. Disse favner forsøksvis over flere aktuelle brukergrupperinger, slik at effekten av disse vil kunne falle godt ut både for eldre og andre "nybegynnere".



### Sluttbrukerutrustning

#### "Norgespakken"

Det bør utformes en standardisert minimumsløsning rettet mot nye brukere – slike nybegynnerløsninger bør være et "pakketilbud" av både maskinvare, programvare og bredbåndsløsning, standard "desktop", installasjon og oppsett mot "nybegynnerportaler". Det må legges vekt på at pakkens innhold er tilpasset nybegynnere – altså er det ikke nødvendig med programvare for håndtering av komplekse problemstillinger – men kun grunnleggende funksjonalitet. Nybegynnerpakken bør også inkludere mulighet for "fjernsupport" rett på dataskjermen. Forslaget har fått arbeidstittelen "Norgespakken", og både bransjeaktører, representanter for ulike brukerkategorier (f eks Seniornett), Senter for fri programvare og andre interesserte og berørte aktører bør kunne samarbeide om å utvikle en felles standardisert spesifisering for "alt i en boks"-pakke for nybegynnere.

#### Bruk Telepriser.no

Det bør så arbeides for at alle større tilbydere har en slik standardisert nybegynnerpakke i sitt produktsortiment. Likeledes bør f eks nettstedet [www.telepriser.no](http://www.telepriser.no) kunne benchmarke priser og vise brukertester av slike pakker – slik at nye brukere får god og nøytral hjelp i å vurdere tilbudene fra de forskjellige aktørene.

#### Bruk fri programvare

Offentlig støtte til og utvikling av fri programvare bør intensiveres – slik at kostnadene for nybegynnerløsninger kan reduseres – "Norgespakken" bør i størst grad utnytte fri/gratis programvare.

### Sluttbrukers kompetanse

#### Pensjonistopplæring

Det må gjøres et krafttak for å øke kompetanse blant ikke brukerne – spesielt gjelder dette for "eldresegmentet" (pensjonister og de som er på vei til å bli pensjonister). Slik opplæring bør gjennomføres av offentlige og private arbeidsgivere før personene går over i pensjonsalderen. Dette tiltaket bør innarbeides i næringslivet og i offentlig forvaltning som et generelt "samfunnsansvar" – alle arbeidstakere bør i god tid før pensjonsalder bringes opp på et minimums kompetansenivå i nettbruk og håndtering av pc/digitalt



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



verktøy. Dette vil også kunne muliggjøre at eldre arbeidstakere, som ønsker å få jobbe forbi "AFP-alderen", kan kvalifisere seg for nye arbeidsoppgaver og dermed kan være en del av en løsning på problemet med ressursmangelen i arbeidslivet.

**Støtt Seniornett** Støtten til Seniornett og kompetanseøkende organisasjoner bør intensiveres. Ressurser må benyttes både til opplysningsvirksomhet og konkret opplæring.

**Utstyr på eldresentre** Støtte til datautrustning og programvare for eldre/eldresentre bør økes og flyttes fra Hjelpemiddelsentralene/sosialbudsjett og over til mer hensiktsmessige og kompetansetunge organisasjoner/myndigheter. Bruk av midler bør reflektere utvikling og introduksjon av "Norgespakken" og satsning på både informasjonsvirksomhet og konkret opplæring/bruk. Som et eksempel bør alle eldresentre ha datautrustning tilkoblet storskjerm, slik at opplæring og informasjon kan gjennomføres for et større publikum.

## Motivasjon og informasjon

**Motivasjonstiltak** "Markedsføring" og informasjonsvirksomhet rundt nettbruk og brukerfordeler må intensiveres – både aktører, myndigheter og f.eks. NRK bør ta del i en "informasjonsdugnad" for å gi ikke-brukere et bedre innblikk i de fordelene bruk av bredbånd/internett kan innebære – vinklingen må rettes mot bruk av basisprodukter og tjenester (avanserte og fancy tjenester får nok oppmerksomhet likevel...)

**Informasjon** Informasjon om grunnleggende nettbruk og "smarte" nettbaserte tjenester mm. må kjøres på offentlige kontorer, bibliotek, eldresentra osv. ...

**Offentlige terminaler** Alle offentlige kontorer bør etablere "on-line stands" der brukerne kan få assistanse i "digital selvbetjening" – på denne måten vennes man til å benytte on-line tjenester raskest mulig.

## Bredbåndsløsning

**Info om faktiske tilbud** Opplysningsvirksomhet rundt faktiske bredbåndstilbud pr. region/område må forbedres – det må arbeides aktivt for å fjerne oppfatningen av at "bredbånd ikke er tilgjengelig" dersom det motsatte er tilfelle – dette er innledningsvis en oppgave for tilbyderne (operatørene), men bør på sikt kunne være en informasjonsoppgave for den enkelte kommune.

**Honnørrabatt** Bransjen bør innrømme seniorsegmentet en "Honnørrabatt" ved installasjon og abonnement på bredbånd, eldre bredbåndsbukere vil trolig være moderate i sin bruk av nettet, og en rabatt til dette segmentet bør derfor kunne rettferdiggjøres – både ut i fra en sosial profil, men også ut i fra moderate operatørkostnader ved moderat trafikk.

## Innhold og tjenester

**Inngangsportaler** Både operatører, tunge tjenestetilbydere (bank/offentlig) og myndigheter bør delta i utforming av et begrenset antall



# ”HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?”

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



standard inngangsportaler (komme i gang-portaler) for nye brukere, der de aller mest vanlige tjenester og funksjoner ligger – tiltaket kan gjerne sys sammen med oppsettet i ”Norgespakken”.

**Forenklet grensesnitt** Innholds- og tjenesteleverandører på nettet bør innarbeide et standardisert (forenklet) grensesnitt for nye brukere – grensesnittet kan f.eks. aktiveres med en knapp eller bryter på portaler med høy trafikk.

**Fjernhjelp** Det bør utarbeides konsepter/abonnementsordninger der brukere kan abonnere på ”Fjernhjelp” direkte på egen pc. Primært bør dette være bredbåndstilbyderens ansvar, men konseptet bør kunne benyttes hos alle større tjeneste- og produkttilbydere (bank, forsikring, reisebyrå, programvareleverandører ol.).

..oOo..

Som en kan se vil det til dels være et felles ansvar for en rekke aktører og grupperinger å kunne realisere de fremsatte forslag. Flere av forslagene vil ha moderate kostnadsrammer, opplæringsforslagene bør f.eks. kunne innpasses i det generelle opplæringsarbeidet i bedriftene/off. forvaltning.

Forslagene har på mange måter bygget inn en ”win-win”-modell, der alle aktører kan høste av vellykkede tiltak, enten de er bredbåndstilbydere, innholdstilbydere, leverandører av sluttbrukerutstyr, offentlige myndigheter eller sluttbrukere.



# "HVORFOR KJØPER IKKE FLERE FOLK BREDBÅND?"

SITUASJONSBILDE OG ANALYSE AV BREDBÅNDSTILKNYTNINGER  
OG NETTBRUK I NORSKE HJEM PRIMO 2008



## 14 VEDLEGG

### 14.1 VEDLEGG 1 - KONKLUSJONER FRA NORDISK BENCHMARK 2002<sup>13</sup>

| <i>Hovedkonklusjon</i>                                                                                                                                                                            | <i>Enkeltlandenes situasjon</i>                                                                                                                                             | <i>Mulige tiltak</i>                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Breddbåndsutbyggingen har gitt en mulig penetrasjon på mellom 60-100 % i Norden, mens kundeopptak ligger på mellom 5-10 % av potensialet. Fokus på utbygging synes nå overflødig.</b>       | Danmark og Island leder an, mens Norge og Finland ligger noe bak.                                                                                                           | Tiltak må fokusere på stimulering anskaffelse/bruk...<br><br>For Norge bør det fokuseres på hvorledes en kan oppnå tilfredsstillende bredbånds-utbygging i distriktene.                              |
| <b>2. Utbud og faktisk bruk av bredbåndstjenester er nesten fraværende.</b>                                                                                                                       | Ingen land utmerker seg med typiske 'bredbåndstjenester'                                                                                                                    | Tiltak må gå på stimulering av produksjon av bredbåndsinhold og faktisk bruk av bredbånd. Det offentlig <i>kan</i> være en mulig pådriver.                                                           |
| <b>3. Grossistproduktene er holdt utenom kostnadsorientering og offentlighet, sterke indiser på at det her tas en 'overpris', som igjen holder tilbake konkurranse og mangfold.</b>               | Island har unngått denne problemstillingen ved å 'unbundle' kobberaksessen fullstendig. Danmark synes å ha størst grad av regulering av grossistproduktene.                 | Grossistprodukter bør plasseres i et felles regelverk som muliggjør offentlig innsyn, priskontroll og 'fair play'                                                                                    |
| <b>4. Høye grossistpriser holder sluttbrukerprisene høye, hvilket minsker churn fra (profitabel) oppringt internett til bredbånd – denne prosessen 'styres' av 'the incumbents'<sup>14</sup>.</b> | Med unntak av Island har alle the incumbents 'hatt god tid' med å innføre bredbånd.<br><br>Danmark synes å ha fått best respons for offentlig fokus og satsing på bredbånd. | Fokus på reell analyse av kostnadsorientering av relevante bredbåndprodukter                                                                                                                         |
| <b>5. Det synes som om marked og politikere relativt ensidig fokuserer på DSL-teknologi, mens andre aktuelle bredbåndsformer får mindre oppmerksomhet.</b>                                        | Liten eller ingen debatt om fremtidig teknologivalg – Sverige fokuserer på bygging av min 2Mbit-aksesser.                                                                   | Vurdere den langsiktige effekten av at det satses på 'mellombredt' bånd vs 'virkelig bredbånd'...                                                                                                    |
| <b>6. De nordiske myndigheter har i varierende grad lagt vekt på å få frem informasjon og statistikk om bredbåndsmarkedet.</b>                                                                    | Danmark er 'best i klassen' på bredbåndsinformasjon, Island og Finland har svært begrenset med tilgjengelig informasjon.                                                    | De nordiske land kan gjennom å samordne sitt statistikk og markedsanalysearbeide legge forholdene bedre til rette for 'et mer opplyst marked' – hvilket er en grunnpilar for 'virkosom konkurranse'. |

<sup>13</sup> Breddbånd - En kartlegging og analyse av tilbud i Norden - November 2002

<sup>14</sup> Incumbent = uttrykk som i telekombransjen brukes om 'de opprinnelige' televerkene.