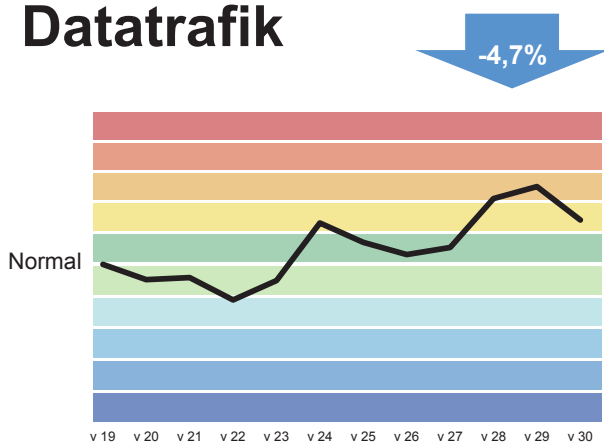


Telia Surfindex vecka 30, 2011

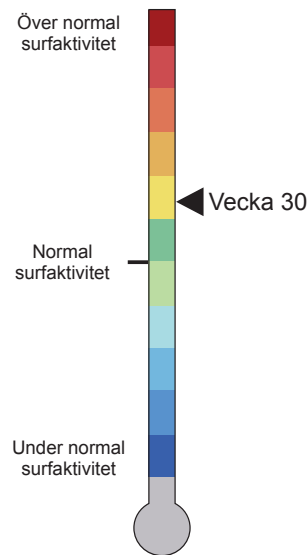
Total surfaktivitet: "Behovet av nyheter om tragedin i Norge gav avtryck i Surfindex"

Datatrafik



Även om surfindex låg på en något högre nivå än normalt under vecka 30, minskade surfandet jämfört med föregående vecka. Tragedin i Norge bidrog sannolikt till föregående veckas rekordhög surfnivåer.

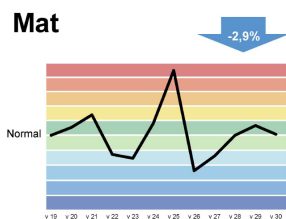
- Nyhetsurfandet minskade med 7,4 procent efter att ha stigit med hela 17,9 procent föregående vecka. Under helgen då tragedin i Norge skakade världen ökade surfandet på Aftonbladet.se med 40,1 procent, och på Svd.se med hela 78,7 procent, jämfört med helgen innan.
- Surfandet på hälsosajter var det som ökade mest under vecka 30 (upp 13,9 procent).
- Surfandet på resesajter backar för andra veckan i rad och ligger nu på normalnivå (ner 11,1 procent).



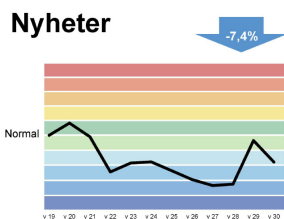
Baserat på datatrafiken i Telias fasta och mobila bredbandsnät. Den röda/blå pilen visar procentuell förändring från föregående vecka.

Så surfar Sverige just nu

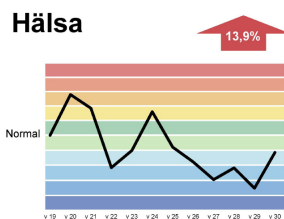
Mat



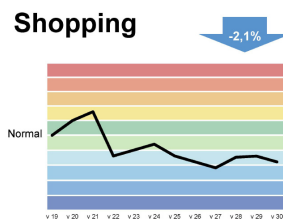
Nyheter



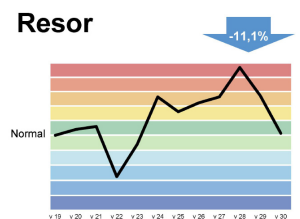
Hälsa



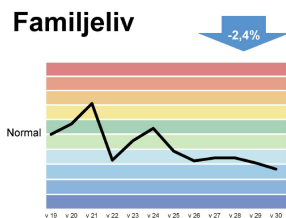
Shopping



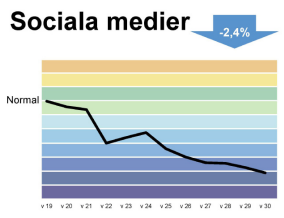
Resor



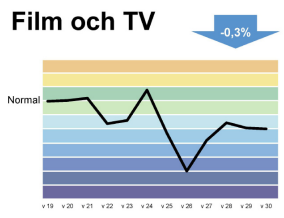
Familjeliv



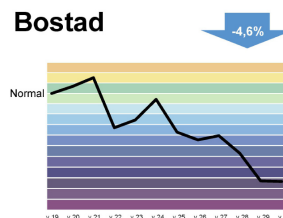
Sociala medier



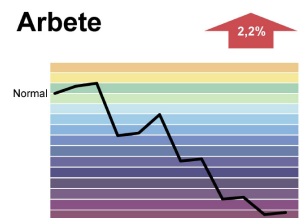
Film och TV



Bostad



Arbete



Baserat på besöksstatistik över några av landets mest besökta sajter inom tio ämnesområden. De röda/blå pilarna visar procentuell förändring från föregående vecka.

Det här är Telia Surfindex

Telia Surfindex är ett slags väderleksrapport av svenskarnas digitala sommarvanor i ett av Europas ledigaste länder och enligt OECD efter Sydkorea världens mest bredbandstäta länder. Telia mäter och prognostiserar löpande svängningar i bredbandstrafiken. I sommar presenteras mätningarna för första gången utåt. När uppkopplat läge blivit livets normaltilstånd blir det extra intressant att följa vad som kan påverka användningen under en period.

Metoden för att beskriva svenskarnas uppkoppling och vad svenskarna använder internetuppkopplingen till under sommaren består av två delar. Datatrafiken i Telias mobila och fasta bredbandsnät utgör själva basen för Telia Surfindex. För att identifiera beteendemönster görs även sammanställningar av miljontals unika besök på ett antal utvalda webbsajter inom kategorierna mat, shopping, bostad, arbete, hälsa, resor, sociala medier och familjeliv, baserat på KIA-index (Sveriges Annonssörers index över svenska webbplatser). En kategori, tv och film, baseras på Telias kunders användande av on-demand-tjänster (SVoD och VoD). Även resultat från den löpande undersökningen Telia Trends används för att skapa Telia Surfindex.

Det första surfindexet presenterades den 22 juni och rapporteringen pågår löpande fram till och med vecka 33. Vecka 19, 2011 representerar normalnivå i indexet. Surfindex-analyserna presenteras på www.telia.se/surfindex. Vi finns också på Facebook! Gilla oss på [facebook.com/teliasverige](https://www.facebook.com/teliasverige)