

Hörlurar, ett verktyg för stresshantering - 4 av 10 mellan 18 och 29 år använder hörlurar för att skapa en egen bubbla och stänga ute resten av världen

ON, OKT 09, 2019 09:45 CET

Vi är många människor i Sverige som bär hörlurar när vi reser till eller från jobbet och skolan. Trots att 62 procent av de intervjuade i Jabras nya undersökning säger att de åker bil när de åker till och från arbetet och skolan eller andra aktiviteter, så menar nästan fyra av 10 (35 procent) att de använder hörlurar regelbundet när de pendlar. Tittar vi på intervjupersonerna i gruppen 18-29 år säger hela 66 procent att de använder hörlurar när de pendlar. Intressant är att i samma grupp säger 69 procent av de intervjuade att de ibland, ofta eller alltid fortsätter att ha hörlurarna på även om det de lyssnar på tagit slut. 28 procent av de intervjuade i samma grupp använder också så kallad noise-cancellation i sin hörlurar när de reser till eller från skola och arbete. De kan på teknisk väg stänga ute brus och oljud i sina hörlurar.



Hörlurstillverkaren Jabra har undersökt hur Svenskarna använder hörlurar. 1000 personer har tillfrågats och en av frågorna rör huruvida svenskarna regelbundet använder hörlurar när de reser till och från skolan eller arbetet eller andra aktiviteter. Vi är många som använder hörlurarna ofta. Trots att 62 procent tar bilen, säger hela 35 procent att de regelbundet bär hörlurar när de tar sig till och från sin arbetsplats, skola eller andra aktiviteter. Dessutom verkar användningen öka, 61 procent av de tillfrågade säger att de använder hörlurar mer idag än för 10 år sedan.

Användandet av hörlurar skiljer sig dock mellan olika åldersgrupper, i Gruppen 18-29 år säger 66 procent att de använde hörlurar regelbundet när de pendlar. Därefter minskar användandet ju äldre de blir. I gruppen 61-65 säger endast 6 procent samma sak.

När Jabra tittar närmre på gruppen 18-29 verkar det också skilja sig något åt när det gäller orsaken till användningen. Hela 4 av 10 (38 procent) säger att de med hjälp av hörlurarna vill skapa en egen bubbla och stänga ut resten av världen.

Denna bild förstärks av det faktum att 69 procent av intervjupersonerna i samma grupp säger att de ibland, ofta eller alltid fortsätter att ha på sig hörlurarna fastän det de lyssnat på tagit slut.

Det är också i denna grupp, 18-29 år som de flesta användarna av så kallad noise-cancellation finns. 28 procent säger att de nyttjar möjligheten att på teknisk väg stänga ute brus och oljud.

– Hörlurar håller på att bli en allt viktigare accessoar för människor runt om i Sverige, säger Therése Öhman marknadschef på Jabra i Sverige. Det ser vi i vår undersökning och det ser vi även i vår försäljning. Förutom möjligheten att lyssna på något handlar det ofta om att skapa en bubbla i vilken man kan stänga ute omvärlden. 30 procent av intervjupersonerna i vår undersökning menar detta. I gruppen 18-29 år är det 38 procent som säger samma sak. Tittar vi på denna siffra och andra siffror i vår undersökning ser vi att hörlurarna inte bara blir en produkt som vi använder för att lyssna utan också ett föremål som kan användas för att skapa ett eget utrymme i en stressad omvärld.

Undersökningen är genomförd av PFM Research på uppdrag av Jabra under juni månad 2019, 1000 personer, i åldern 18 till 65 år, runt om i Sverige deltog i undersökningen.

För den fullständiga statistiken eller annan information, var vänlig kontakta:

Matilda Klinga
Inmema PR
Telefon: 073 660 81 76
E-post: matilda.klinga@inmema.com

Om Jabra

Jabra är en ledande utvecklare och tillverkare av kommunikations- och ljudlösningar. Företaget, som är en del av GN-gruppen, hänger sig åt att låta folk höra mer, göra mer och vara mer än de någonsin trodde var möjligt.

Jabra levererar ljudlösningar för att stärka produktiviteten på företag såväl som att ge konsumenter bättre samtal, musik och media. De tillverkar trådbundna och trådlösa headsets, mobila och fasta konferensenheter samt sporthörlurar. De tar också fram videokonferenslösningar som underlättar samarbetet mellan medarbetare. Jabra har cirka 1400 anställda världen över och hade en årlig omsättning på 4,7 miljarder DKK under 2018.

GN-gruppen är verksam i 100 länder och har 150 års erfarenhet av innovation och att leverera pålitliga och enkla lösningar som får livet att låta bättre. GN grundades 1869, har 6000 anställda och är noterat på Nasdaq Köpenhamn. www.jabra.se

© 2019 GN Audio A/S. All rights reserved. Jabra® is a registered trademark of GN Audio A/S. All other trademarks included herein are the property of their respective owners (design and specifications are subject to change without notice).

Om oss

Jabra är en ledande utvecklare och tillverkare av kommunikations- och ljudlösningar. Företaget, som är en del av GN-gruppen, hänger sig åt att låta folk höra mer, göra mer och vara mer än de någonsin trodde var möjligt.

Jabra levererar ljudlösningar för att stärka produktiviteten på företag såväl som att ge konsumenter bättre samtal, musik och media. De tillverkar trådbundna och trådlösa headsets, mobila och fasta konferensenheter samt sporthörlurar. De tar också fram videokonferenslösningar som underlättar samarbetet mellan medarbetare. Jabra har cirka 1400 anställda världen över och hade en årlig omsättning på 4,7 miljarder DKK under 2018.

GN-gruppen är verksam i 100 länder och har 150 års erfarenhet av innovation och att leverera pålitliga och enkla lösningar som får livet att låta bättre. GN grundades 1869, har 6000 anställda och är noterat på Nasdaq Köpenhamn.

© 2019 GN Audio A/S. All rights reserved. Jabra® is a registered trademark of GN Audio A/S. All other trademarks included herein are the property of their respective owners (design and specifications are subject to change without notice).

www.jabra.se

Kontakt

Johan Nybom
Inmema PR

073-660 81 75
johan.nybom@inmema.com