



© 07 maj 2020, 09:52 (CEST)

Ny undersökning från JBL: 50 % använder trådlösa öronsnäckor utan musik - för att ignorera andra



Stockholm, 7 april 2020 – JBL, det ledande varumärket för hörlurar, släpper en ny undersökning som avslöjar spännande fakta om unga européers (14-35 år) användande av trådlösa öronsnäckor.

Nyckelinsikter:

- Över 50 % medger att de använder trådlösa öronsnäckor utan att spela något som ett sätt att ignorera andra

- 28 % av användarna har på sig öronsnäckorna medan de äter middag med andra människor
- Gen Z är mer social än millennials eftersom 48 % är öppna för att dela öronsnäckor

Helt trådlöst, men hur hårt knutna är vi till våra hörlurar?

Tja, 52 % av 14-35-åringarna över hela Europa anger att de skulle leta efter en hörlur i leran om den föll ur, och 35% skulle till och med fiska upp den ur toaletten!

Hälften av dem som använder trådlösa öronsnäckor medger dessutom att de har dem i utan att spela musik bara för att ignorera andra. För tjejer specifikt uppgår siffran till 54 % jämfört med 45 % av killarna.

Har du dem kvar i vid middagsbordet?

Beteendet förändras på flera överraskande sätt när du äger och använder ett par trådlösa öronsnäckor. 28 % av användarna medger att de har dem i vid middagsbordet medan de äter med andra. Bland potentiella användare av trådlösa öronsnäckor anger endast 14 % att tror att de skulle ha dem i om de ägde ett par.

Vem tar man ut dem för?

Användandet av trådlösa öronsnäckor har nått rekordnivåer men det finns helt klart ett antal oskrivna regler. 85 % av de unga européerna tar av sig dem när de pratar med kompisar. Vidare är familjerelationerna fortsatt viktiga, 89 % anger att de tar ur sina öronsnäckor för att prata med släktingar.

Gen Z mer sociala användare av teknik

Beteendet vid användandet av öronsnäckor skiljer sig även åt mellan generationer. De yngre, Gen Z, är mycket mer benägna att dela öronsnäckor med någon annan, 48 % jämfört med 36 % av millennials. De är också mer okej med att bli störda. 36 % av Gen Z jämfört med 50 % av millennials säger att om deras öronsnäckor är i, är de inte tillgängliga.

”De senaste två åren har helt trådlösa öronsnäckor ökat i popularitet. Hos oss på JBL har vi ett stort sortiment av trådlösa öronsnäckor. Vi har något för alla, från sportiga till mer modefokuserade och alltid med det fantastiska ljudet som förväntas av JB. Vi är fascinerade av hörlurar och ville undersöka vad unga européer söker när det kommer till trådlösa öronsnäckor. Samtidigt ville vi förstå hur de beter sig när de använder dem. Det är tydligt att det som började som tillbehör nu är något vi inte kan leva utan”, säger Marije Bakker, PR Manager EMEA på JBL.

Alla siffror i pressmeddelandet är baserat på en undersökning som genomförts på uppdrag av JBL med 2 277 respondenter från Europa i åldrarna 14-35 år.



För mer information kontakta:

AWB Presskontakt, Sverige

+46 (0) 70 428 37 17

martin@awb.se

HARMAN Consumer Lifestyle EMEA

Marije Bakker, Sr. Manager PR and Brand Communication

marije.bakker@harman.com

OM JBL

JBL är skaparna bakom det fantastiska ljud som formar livets mest episka stunder. Från ikoniska händelser som Woodstock och konserter på Madison Square Garden, till matcher på Yankee Stadium och weekendresor, lyfter JBL lyssnarens upplevelser med prisbelönt ljud som låter dem få ut det mesta av varje ögonblick. Med oöverträffad professionell behörighet och över 60 års erfarenhet av att leverera branschledande innovationer, är JBL experter när det kommer till att utveckla överlägset ljud.

 pr.co



JBL