



Danskerne bruger 800 timer om året på e-mails

Vi bruger over 800 timer om året på e-mails. Det dækker primært over vores arbejdsmail, som ikke kun fylder i vores hverdag, men også i weekenderne og selv på toilettet. Hver fjerde dansker har prøvet en selvvalgt e-mail-detox for at slippe for indbakken, men med blandede resultater. Det viser en ny undersøgelse fra Adobe.

Der er fuld tryk på vores arbejdsmail og privatmail. Hver fjerde (25 pct.) bruger mere end tre timer dagligt på at tjekke sin arbejdsmail i løbet af arbejdsdagen. I alt bruger danskerne dagligt 2,3 timer på arbejdsmails og 1,2 timer på private e-mails. Helt præcist bruger vi i gennemsnit 808 timer om året på at skrive og besvare e-mails.¹

Det viser en ny undersøgelse blandt 1020 danskere, der arbejder på kontor, foretaget af YouGov på vegne af Adobe og som blev offentliggjort i dag på marketingkonferencen Adobe Symposium i Stockholm.

”På trods af, at der er kommet masser af nye samarbejdsteknologier som chat, sociale medier og videokonferencer, så er e-mail fortsat kontorets konge. Vores undersøgelse viser, at danskerne i snit bruger 17 timer hver uge på e-mails, og at det ikke kun sker på arbejdspladsen, men også i stort omfang uden for arbejdet, hvor tablets og smartphones betyder, at vi aldrig er mere end et par klik væk fra indbakken,” siger Imran Afzal, nordisk marketingchef for Adobe Marketing Cloud.

Vi tjekker e-mail på potten

Vores forbrug af e-mails er så omfattende, at vi tjekker dem de mærkeligste steder. Således har 19 pct. fx tjekket e-mail under en fysisk samtale med anden person, 10 pct. mens de kørte i bil og hele 38 pct. har åbnet indbakken, mens de var på toilettet.

Samtidig viser undersøgelsen, at 42 pct. af os sender e-mails i weekenden, mens hver anden (46 pct.) siger, at de ind imellem tjekker e-mails, når de holder ferie, mens 15 pct. gør det ofte.

Hver fjerde er gået på e-mail-afvænning

Hver fjerde dansker (23 pct.) har taget en afvænningsperiode fra deres arbejdsmail. Mere end hver anden havde sat sig det mål at være uden e-mail i en uge eller mere med en overraskende stor succesrate. Faktisk formåede ni ud af ti (87 pct.) at holde sig fra at tjekke deres e-mail i perioden, mens blot 13 pct. faldt i.

Adspurgt om hvilken effekt afvænningsperioden havde, svarede størstedelen, at de følte sig enten afslappede (48 pct.) eller befriede (21 pct.). Dog havde den kolde tyrker en negativ effekt på andre, der følte sig ude af loopet (19 pct.) og nervøse (4 pct.).

”Danskerne er i høj grad forbundet via deres pc'er, tablets og smartphones. Men vores undersøgelse indikerer, at vi er ved at nå et mætningspunkt, så vi selv slår fra. Samtidig bruger vi også andre strategier som fx at svare lige med det samme eller at afmelde nyhedsbreve, for at rydde ud i mailboksen,” udtaler Imran Afzal.

¹ Danskerne bruger i snit 2,25 timer på arbejdsmails og 1,19 timer på private mails i hverdage. Det årlige timeforbrug er beregnet ud fra 47 arbejdsuger.

Hver anden (49 pct.) siger, at de enten svarer, sletter eller arkiverer arbejdsmails, så snart de får dem, mens 52 pct. har valgt at afmelde nyhedsbreve.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er gennemført af analyseinstituttet YouGov. Der er i alt gennemført 1020 CAWI-interview med danskere i alderen 18-74 år, i perioden 16. - 26. september 2016.

For yderligere information

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com

Holm Kommunikation, konsulent Ida Brixtofte Nielsen, tlf +45 33 93 23 33, e-mail: ibn@holm.dk

Om Adobe

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg www.adobe.com